



Universidad  
Tecnológica  
de Pereira

**Universidad Tecnológica de Pereira**  
**Facultad de Ciencias de la Educación**  
**Licenciatura en Español y Literatura**

Estudio sociolingüístico del uso del queísmo y el dequeísmo en diez  
*youtubers* e *instagramers* colombianos

**Angélica María Londoño Zapata**

Pereira, 2021

**Estudio sociolingüístico del uso del queísmo y el dequeísmo en diez *youtubers* e *instagramers* colombianos**

**Angélica María Londoño Zapata**

**Trabajo realizado para obtener el título de  
Licenciada en Español y Literatura**

**Directora  
Mireya Cisneros Estupiñán**

**Universidad Tecnológica de Pereira  
Facultad de Educación  
Licenciatura en Español y Literatura  
Pereira  
2021**

## **Agradecimientos**

A mi familia, son el motor de mi vida.

A mi mamá, por apoyarme en todos mis proyectos, guiarme y acompañarme.

A mi papá, sé que desde el cielo estás muy orgulloso. Este logro es para ti.

A mi hermana, por ser mi modelo a seguir, mi apoyo incondicional y mi persona. No tengo  
como pagarte todo lo que has hecho por mí.

A Adri, por apoyarme, motivarme cuando más lo necesitaba y estar dispuesto a leer este  
proyecto una y otra vez. Llegaste en el momento indicado.

A la directora de este proyecto, Doctora Mireya Cisneros Estupiñán, por su paciencia, guía  
y sabiduría para cumplir satisfactoriamente este logro.

## CONTENIDO

### **1. Preliminares**

1.1 Introducción	7
1.2 Título	10
1.3 Descripción del tema	10
1.4 Justificación	11
1.5 Planteamiento del problema	12
1.6 Formulación de la hipótesis	14
1.7 Objetivos	15
1.7.1 Objetivo general	15
1.7.2 Objetivos específicos	15

### **2. Marco metodológico** **16**

2.1 Corpus	16
2.2 Población	16
2.3 Descripción del estado del arte	20

### **3. Marco teórico** **23**

3.1 La Sociolingüística	24
3.1.1 Sociolingüística variacionista	25
3.1.2 Variables sociales	25

3.1.2.1 Género	26
3.1.2.2 Clase social	26
3.1.2.3 Edad	27
3.1.2.4 Mercado lingüístico	27
3.1.2.5 Red social o redes de contacto	28
3.1.2.6 Procedencia	28
3.1.2.7 Nivel educativo	29
3.1.3 Variación sintáctica	30
3.1.3.1 Imprecisiones gramaticales	30
3.1.3.1.1 Queísmo	31
3.1.3.1.2 Dequeísmo	34
3.2 Transformación digital	36
3.2.1 Web 2.0	37
3.2.1.1 Redes sociales	38
<b>4. Metodología</b>	<b>39</b>
4.1 Tipo de investigación	39
4.2 Población y muestra	40
4.3 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	42
4.4 Análisis e interpretación de datos	42
<b>5. Análisis y resultados</b>	<b>44</b>
5.1 Ami Rodríguez	44

5.2 Calle y Poché	48
5.3 El Míndo	52
5.4 Juan Pablo Jaramillo	56
5.5 Kika Nieto	59
5.6 La Liendra	63
5.7 Lulu 99	67
5.8 PauTips	71
5.9 Paulette	75
5.10 Sofía Castro	79
5.11 Análisis de las variables sociales	83
5.11.1 Género	83
5.11.2 Clase social	84
5.11.3 Edad	86
5.11.4 Mercado lingüístico	87
5.11.5 Procedencia	88
5.11.6 Nivel educativo	91
<b>6. Conclusiones</b>	<b>94</b>
<b>7. Referencias bibliográficas</b>	<b>97</b>

## **1. Preliminares**

### **1.1 Introducción**

La educación en Colombia ha presentado grandes cambios en los últimos años, especialmente desde el año 2021, año en el cual la educación debe cambiar sus concepciones y bases para adentrarse a un proceso desconocido para muchos docentes. En este año, el mundo atraviesa por una pandemia, los países grandes cierran fronteras, las personas se confinan en sus casas, y lo que más nos interesa a nosotros, los colegios y universidades se preparan para enseñar virtualmente.

En este sentido, toda la sociedad es medida por el uso de la tecnología, y esta presenta grandes avances para que el ser humano esté más conectado con su entorno y el mundo que le rodea.

Sin embargo, el auge de la tecnología no es nuevo, esta ha transformado y transversalizado la sociedad gracias al uso del internet y las redes sociales desde el surgimiento de la Web 2.0. Entre las redes sociales más usadas actualmente se encuentran Instagram y YouTube, plataformas dedicadas a entretener a la gente y ayudarla a expresar sus diferentes puntos de vista, concepciones y comportamientos.

Dentro de estas plataformas, existen personas dedicadas a compartir diferentes tipos de contenidos relacionados con diversas temáticas. Estas personas reciben el nombre de

*youtubers* o *instagramers* dependiendo la plataforma para la que trabajan y para la que suben contenido.

Los *youtubers* e *instagramers* tienen acceso a una gran cantidad de personas, pues sus vídeos pueden ser vistos en todos los países del mundo. De ahí nace nuestra preocupación como futuros docentes, pues si los *youtubers* e *instagramers* tienen acceso a una gran cantidad de personas, también tienen acceso a los niños, niñas, adolescentes y en general, a los estudiantes colombianos; y es que este es su público objetivo.

Por lo tanto, la preocupación de este trabajo de grado gira en torno a la influencia que ejercen los *youtubers* e *instagramers* en los estudiantes colombianos, específicamente desde dos fenómenos de la lengua española: el *queísmo* y el *dequeísmo*.

En el presente trabajo de grado se analizará cómo usan estos dos fenómenos los *youtubers* e *instagramers* a través de una rama imprescindible para la lingüística: la sociolingüística. Esta rama estudia la lengua en el contexto social, y por este motivo y otros que saldrán a colación en el contenido de este trabajo; fue la elegida para desollar el análisis.

Primero, nos centraremos en explicar el tema del trabajo de grado, describirlo, justificarlo, plantear el problema, formular la hipótesis y enunciar los objetivos del proyecto.



Segundo, nos centraremos en el marco referencial, explicaremos el corpus, su caracterización social y el estado del arte.

Tercero, nos focalizamos en el marco teórico, la sociolingüística, la sociolingüística variacionista, las variables sociales (género, clase social, edad, mercado lingüístico, red social o redes de contacto, procedencia, nivel educativo), la variación sintáctica, las imprecisiones gramaticales (el queísmo y el dequeísmo) y la transformación digital.

Quinto, nos ocuparemos de la metodología, el tipo de investigación, la población y la muestra, las técnicas e instrumentos de recolección de información, el análisis y la interpretación de los datos.

Sexto, está la sección más importante del trabajo de grado: el análisis y los resultados. Se analizan diez youtubers e instagramers colombianos desde tres factores: primero, cómo usan la lengua estándar a partir del programa Iramuteq; segundo, analizamos manualmente cómo usan el queísmo y el dequeísmo; y tercero, se analizan las variables sociolingüísticas y su relación con el uso de los dos fenómenos estudiados.

Finalmente, presentaremos las conclusiones y la lista de referencias bibliográficas.

## **1.2 Título**

Estudio sociolingüístico del uso del queísmo y el de dequeísmo en diez *youtubers* e *instagramers* colombianos.

## **1.3 Descripción del tema**

El presente Trabajo de Grado consiste en analizar y estudiar el uso del queísmo y del dequeísmo en relación con la lengua estándar y a partir de las variables sociolingüísticas en diez *youtubers* e *instagramers* colombianos.

Los criterios que permitieron la selección y clasificación de los *youtubers* e *instagramers* se relacionan con la cantidad de visitas, seguidores, que su contenido sea de interés para los adolescentes; el nivel educativo (sin bachillerato, con bachillerato, profesionales o no profesionales); que usen el queísmo y el dequeísmo; su rango de edad (que no superen los 35 años de edad); que se encuentren activos entre los años 2010 y 2020; y, preferiblemente, para el objeto de esta investigación, se precisa que sean de nacionalidad colombiana.

En este sentido, los *youtubers* e *instagramers* seleccionados para analizar el uso de los fenómenos del queísmo y del dequeísmo, son: Ami Rodríguez, Kika Nieto, Juan Pablo Jaramillo, Paula Galindo (Pautips), Paulettee, Callé y Poché, Mauricio Gómez (La Liendra), Sofía Castro, Lulu 99 y El Mindo.

## 1.4 Justificación

Ante la nueva forma de acceder a la educación y a los contenidos académicos, las redes sociales ejercen un papel fundamental en la forma que poseen los niños, niñas y adolescentes para aprender diferentes contenidos. En este sentido, resulta de especial interés conocer cómo se expresan las personas a las que siguen los estudiantes a través de Instagram o YouTube.

La presente investigación pretende analizar cómo diez *youtubers* e *instagramers* colombianos usan los fenómenos gramaticales del queísmo y el dequeísmo, los factores que intervienen en ese uso y supervisar el contenido al que acceden los niños, niñas y adolescentes.

Debido a que no se cuentan con estudios suficientes de alcance nacional sobre los fenómenos del queísmo y el dequeísmo, así como de la influencia de las redes sociales y de sus protagonistas, el presente trabajo resulta factible en el análisis sociolingüístico porque permite comprender y entender cómo se expresan las personas que son referentes y modelos a seguir para los niños, niñas y adolescentes que serán el futuro del país.

El trabajo tiene una utilidad metodológica, ya que se podrán realizar futuras investigaciones con metodologías similares, de manera que se posibilite la realización de análisis, descripciones y comparaciones de los diferentes usos de los fenómenos a estudiar.

## 1.5 Planteamiento del problema

En la actualidad la educación se encuentra mediada por la tecnología y todo lo concerniente a ella. Los niños, niñas y adolescentes, en su mayoría, acceden a internet para realizar las tareas, para entretenerse o simplemente para pasar el rato. Sin embargo, los docentes y padres de familia muchas veces no supervisan el contenido que se encuentra en las distintas plataformas digitales, y los estudiantes, acceden de forma libre a diversa información que educa ya sea para bien o para mal.

Cuando los educandos acceden a internet, la mayoría de veces no lo hacen para objetivos académicos sino para distraerse y olvidar las preocupaciones, o simplemente porque no hay otra actividad que les interese. Así, buscan algo que los divierta o entretenga, algo que los ayude a sentirse acompañados. En la actualidad, esa compañía son los videos, programas o videoblogs en los que hablan diferentes personas por medio de plataformas o redes sociales como YouTube o Instagram.

Estas personas son nombradas según el medio por el que se expresan: YouTube (*youtubers*) o Instagram (*instagramers*). Lastimosamente, no todas terminan los estudios básicos, no todas son profesionales, no todas se expresan bien y no todas usan correctamente la lengua.

En este sentido, es imposible no pensar que, al observar estos videos, los niños, niñas y adolescentes se exponen a una serie de factores que condicionan su modo de expresarse, su conocimiento del mundo o su aprendizaje.

Por otra parte, es conveniente resaltar que; aunque los *youtubers o instagramers* utilicen estas plataformas para expresar sus sentimientos, emociones, concepciones de mundo o sus pensamientos; en muchas ocasiones, no dimensionan el poder e influencia que tienen sus discursos y lo que pueden lograr por medio de la palabra. En su gran mayoría solo usan estas redes como forma de hacer dinero, de alcanzar la fama o como una forma de empleo u ocupación.

De este modo, las sociedades humanas han transformado el lenguaje de acuerdo a sus necesidades sociales de comunicación y han logrado hacer de la lengua una convención social que requiere la intervención de todos los participantes en un contexto específico (Wittgenstein, 1953). En este sentido, la sociolingüística es una disciplina relevante para analizar el uso de la lengua en un contexto determinado.

Los estudios y análisis concernientes a la disciplina sociolingüística en Colombia, en su mayoría, se centran en aspectos estructurales, morfológicos o pragmáticos de la lengua, dejando de lado aspectos relevantes como las características de los hablantes y la relación que poseen con la lengua.

Por lo tanto, para aportar a la disciplina sociolingüística y a la educación en general, esta investigación pretende estudiar no solo la parte estructural de la lengua, con dos fenómenos en específico (el queísmo y el dequeísmo); sino también el estudio contextual, cultural y social a través del análisis de las variables sociolingüísticas en diez *youtubers* e *instagramers* colombianos.

Analizar cómo usan y qué factores influyen en el uso del queísmo y del dequeísmo es relevante para comprender cómo se expresan quienes, en la actualidad, se han convertido en los modelos a seguir de los niños, niñas y adolescentes.

En virtud de lo anterior, el estudio busca responder el siguiente interrogante:

- ¿Cómo usan los *youtubers* e *instagramers* Ami Rodríguez, Kika Nieto, Juan Pablo Jaramillo, Paula Galindo (*Pautips*), *Paulettee*, *Callé* y *Poché*, Mauricio Gómez (*La Liendra*), Sofía Castro, Lulu 99 y *El Mindó*, el queísmo y el dequeísmo, visto esto desde una perspectiva sociolingüística?

## **1.6 Formulación de la hipótesis**

Los *youtubers* e *instagramers* Ami Rodríguez, Kika Nieto, Juan Pablo Jaramillo, Paula Galindo (*Pautips*), *Paulettee*, *Callé* y *Poché*, Mauricio Gómez (*La Liendra*), Sofía Castro, Lulu 99 y *El Mindó*, usan el queísmo y el dequeísmo de manera que no concuerda con los usos gramaticales de la lengua estándar.

## **1.7 Objetivo general y específicos**

### **1.7.1 Objetivo general:**

Analizar el uso del queísmo y el dequeísmo en diez youtubers e instagramers colombianos –Ami Rodríguez, Kika Nieto, Juan Pablo Jaramillo, Paula Galindo (Pautips), Paulettee, Callé y Poché, Mauricio Gómez (La Liendra), Sofía Castro, Lulu 99 y El Mindó–, teniendo en cuenta las principales variables sociolingüísticas como: género, clase social, edad, mercado lingüístico, red social o redes de contacto, procedencia, nivel educativo.

### **1.7.2 Objetivos específicos:**

1. Relacionar las variables sociolingüísticas (género, clase social, edad, mercado lingüístico, red social o redes de contacto, procedencia, nivel educativo) en el uso del queísmo y el dequeísmo de diez youtubers e instagramers colombianos.
2. Contrastar el queísmo y el dequeísmo usado por los *youtubers* e *instagramers* –Ami Rodríguez, Kika Nieto, Juan Pablo Jaramillo, Paula Galindo (Pautips), Paulettee, Callé y Poché, Mauricio Gómez (La Liendra), Sofía Castro, Lulu 99 y El Mindó–, con los usos propios de la lengua estándar

## **2. Marco metodológico**

### **2.1 Corpus**

El corpus de la presente investigación está compuesto por veinte grabaciones o vídeos de cada uno de los *youtubers* e *instagramers*, en total son doscientos videos analizados a partir de la transcripción de cada uno.

Cada vídeo fue tomado de las cuentas oficiales de cada canal o perfil de los *youtubers* e *instagramers*, y de cada plataforma escogida en este trabajo de Grado (YouTube e Instagram). Los temas tratados en estos vídeos son diversos, pues cada *youtuber* e *instagramer* se ocupa de temas completamente diferentes como maquillaje, vestimenta, juegos, retos o historias paranormales.

Los vídeos en YouTube oscilan entre 10 y 30 minutos, mientras que en Instagram los vídeos no pasan de 2 minutos, ya que en esta plataforma se utilizan vídeos cortos o historias rápidas donde se incentiva al consumismo y se proyecta un punto de vista o una ideología.

### **2.2 Población**



El corpus de la presente investigación la componen los siguientes *youtubers* e *instagramers*:

- **Ami Rodríguez:** nació el 18 de mayo de 1994 en Bogotá, Colombia. Empezó a publicar vídeos en las redes sociales en el año 2009 y actualmente, tiene tres canales en YouTube en donde su público objetivo son niños o adolescentes.

Su contenido se enfoca en retos, diversión, recorridos por su casa, videojuegos y recetas de fácil complejidad. Afirma que realizó un diplomado en cine y televisión.

- **Kika Nieto:** nació el 30 de enero de 1993 en Bogotá, Colombia. Es diseñadora gráfica. Empezó a publicar vídeos en el año 2011 para promocionar un emprendimiento familiar, al ver que poseía la capacidad de llegar a la gente, decidió publicar contenido desde el año 2013.

El año pasado sus vídeos trataban de retos, maquillaje, vestimenta y contenidos diversos. Sin embargo, se tomó un receso y actualmente está publicando vídeos sobre contenido social e interés de toda clase de público.

- **Juan Pablo Jaramillo:** nació el 14 de julio de 1993 en Cali, Colombia. Publica vídeos en YouTube desde el año 2012. Estos se enfocan en contar su vida personal,

en conocer a su público, en retos y diversión. En su canal de YouTube no se encontró contenido que lo asocie a un nivel de educación tecnológico o de pregrado.

- Paula Galindo (Pautips): nació el 10 de noviembre de 1994 en Bogotá, Colombia. Empezó a subir vídeos en el año 2012. Es profesional en negocios internacionales de la Universidad del Rosario.

Sus vídeos van dirigidos a un público adolescente y se centran, sobre todo, en tutoriales de maquillaje, moda, alimentación, deportes y bienestar.

- Paulettee: nació el 28 de julio de 1993. Estudió comunicación social con énfasis en lo audiovisual.

Empezó a publicar vídeos desde el año 2014 y actualmente es una de las *youtubers* más reconocidas en Colombia. Sus vídeos se centran en aspectos paranormales, historias, asesinatos y misterios. Van dirigidos a un público adolescente.

- Callé y Poché: son una pareja de *youtubers* e *instagramers* conformada por Daniela Calle y María José Garzón, ambas bogotanas. Empezaron su canal en YouTube en el año 2015. No se encontraron hallazgos sobre su educación superior.

Sus vídeos van dirigidos a un público adolescente y se enfocan principalmente en temas de su relación, en retos, en su vida personal, en moda y en maquillaje.

- Mauricio Gómez (La Liendra): nació el 17 de junio de 1999 en La Tebaida, Colombia. Sube a las diferentes plataformas vídeos desde el año 2015.

Sus vídeos van dirigidos a toda clase de público y se enfocan en temas de comedia, retos y promocionar marcas. Se caracteriza por ser una persona de origen humilde y en cada vídeo se encarga de recalcar. No se encontró información sobre su nivel de educación.

- Sofía Castro: nació el 6 de abril de 1995 en Bogotá, Colombia. Empezó a publicar su contenido desde el año 2015. En sus estudios de educación superior se enfocó en las artes escénicas (actuación).

Su público objetivo son los adolescentes y sus vídeos tratan diversas temáticas como maquillaje, vestimenta, retos, historias, recetas y consejos.

- Lulu 99: Luisa María Restrepo nació el 15 de agosto del año 2002 en Medellín, Colombia. Empezó a publicar vídeos en YouTube en el año 2015. Actualmente está finalizando virtualmente sus estudios de bachillerato.

Sus vídeos están dirigidos a un público infantil y se centran en su vida, en comparaciones, en moda y en historias.

- El Mindo: Armando Ortiz nació el 10 de junio de 1988 en Cali, Colombia. Empezó a subir historias a Instagram debido a un accidente en el que debe guardar reposo. Es comunicador social.

Sus vídeos se centran en comedias, cocina, comparaciones y temas de diversión. Su público objetivo son los adolescentes y adultos jóvenes.

### **2.3 Descripción del estado del arte**

Aunque en Colombia los estudios lingüísticos y, sobre todo, los sociolingüísticos son escasos; en el repositorio de la Universidad Tecnológica de Pereira se pueden encontrar, por ilustrar, los siguientes trabajos de grado enfocados en Sociolingüística: en el año 2016, las educandas de la Licenciatura en Español y Literatura, Lucy Yvonhe Benavides García y Edel Sorany Ramírez Estrada, en su trabajo de grado, titulado *Análisis de las variaciones lexicales del habla rural y urbana del Municipio de Pereira* (2016), se encargan de caracterizar las coincidencias y diferencias entre el habla urbana y rural del municipio de Pereira desde una perspectiva sociolingüística. De esta manera, esta investigación principalmente recoge muestras en cuanto a la pronunciación, los aspectos morfológicos, los aspectos conversacionales y concluye que es un primer diagnóstico, es decir, dejan abiertas múltiples posibilidades para un estudio posterior y en el cual se pudo

evidenciar que el habla rural y urbana tienen diferencias en cuanto a las insuficiencias educativas y culturales, estrato social y aspectos fonéticos.

Posteriormente, el estudiante Diego Fernando Franco Hernández, en su trabajo de grado *Caracterización de los códigos sociolingüísticos de los estudiantes de grado 6B de la institución educativa Manos Unidas de la ciudad de Pereira* (2013), describe cuál es el tipo de código lingüístico que se enmarca en este contexto, y las características para establecer cómo los estudiantes inciden en el ámbito educativo. Asimismo, el investigador analizó una realidad en su contexto natural, en la cual concluyó que la experiencia escolar del niño restringe el intercambio o interacción simbólica, limitándose el acceso a un proceso sostenido de continuo desarrollo. Asimismo, Franco Hernández identificó que los escolares de clase social menos favorecida son más proclives a desarrollar códigos restringidos que los de clase media o alta.

Por su parte, las estudiantes de la Maestría en Lingüística, María Alicia Serna Pinto y Natali Hernández Miranda, en la investigación *Los marcadores discursivos en el habla de la ciudad de Pereira con base en el corpus del Proyecto para el Estudio Sociolingüístico del Español de España y América – PRESEEA* (2016), analizan los marcadores discursivos con el propósito de caracterizar el habla de la ciudad de Pereira. Se concluye así que en Pereira los marcadores discursivos que se usan pertenecen a la norma estándar del español. Sin embargo, se presenta una variación con formas discursivas que adquieren nuevas

funciones semánticas y pragmáticas para crear el discurso que designa la realidad social de la comunidad.

Se puede deducir que, aunque en la Universidad se han realizado investigaciones sociolingüísticas, estas están enmarcadas en analizar aspectos estructurales, morfológicos o pragmáticos que poseen los hablantes para *apalabrar* el mundo, y las diversas conclusiones en cuanto a variables de estratificación, edad o nivel educativo han sido hallazgos involuntarios que no responden a la finalidad de la investigación plasmada.

Por estos motivos, la naturaleza de esta investigación se relaciona con la observación de las variables sociolingüísticas; en dos fenómenos relevantes en cuanto al uso de la lengua estándar: el queísmo y el dequeísmo.

Como es sabido, la influencia que ejerce el internet y en sí los medios de comunicación genera grandes reformas e influencias en la vida social y académica de las personas. En el artículo "Los medios audiovisuales y su influencia en la educación desde alternativas de análisis" (2015) de la Revista Universidad y Sociedad de Ecuador, los autores señalan la influencia de estos medios en la educación:

Los medios audiovisuales se convierten asequibles a todo el mundo y poseen un poder de penetración cada vez mayor (mayor que el libro) en los hogares, en la misma calle y en los centros de enseñanza. Esta realidad implica un desafío para el sistema educativo en general y para los responsables más directos de la formación profesional ocupacional en particular (Barros Bastida, C, & Barros Morales, R, 2015, p. 4)

En este sentido, se pretende estudiar estos fenómenos en un aspecto relevante para la sociedad moderna y mediatizada en la que vive el ser humano: los *youtubers* e *instagramers* colombianos.

Desafortunadamente, si los análisis sociolingüísticos relacionados con el queísmo y el dequeísmo son escasos en Colombia y se han desarrollado en mayor grado en España y diferentes países de América Latina como Venezuela, Chile, Puerto Rico y Perú<sup>1</sup>; los estudios académicos de *youtubers* e *instagramers* también lo son y están relacionados, en su mayoría, con aspectos de *marketing* y publicidad.

### **3. Marco teórico**

La lingüística como ciencia, se postula en el Siglo XX con Ferdinand de Saussure, y aunque este autor acuñó las diferencias entre lenguaje, lengua y habla, dejó de lado la gramática y lo concerniente a las reglas sobre lo correcto o lo incorrecto para encargarse del lado estructural: la lengua. La publicación del *Curso de lingüística general* (1916), obra póstuma de Saussure, se considera como el inicio de la nueva ciencia.

Luego de esto, a finales de la década del cincuenta, el estadounidense Noam Chomsky produce un “estallido” lingüístico. Pues, en Estados Unidos, la Lingüística se

---

<sup>1</sup>Al respecto, el lector interesado puede visitar los importantes trabajos de Almeida (2009), Guirado (2006), Mc Lauchlan (1982), Santori (2014), Santos (2015), San Martín (2016) y Serradilla (2017).

dedicaba a los postulados de Bloomfield (1933) y la mayoría de investigadores se ocupaban de descubrir y describir los sistemas fonológicos y morfológicos de las lenguas. Algunos años más tarde, Chomsky publicó sus libros, los cuales produjeron un cambio de paradigma. Es entonces cuando resulta relevante la Lingüística explicativa.

Sin embargo, no es hasta los años sesenta que las relaciones entre lengua y sociedad preocupan a los investigadores y científicos del lenguaje. Es así como a partir de la Sociología nacen dos nuevas ciencias: la sociología del lenguaje (postula el estudio de la lengua como realidad social) y la sociolingüística (postula que lo esencial en el lenguaje es la comunicación).

De esta manera, es como tienen relevancia los estudios del lenguaje en el contexto social.

### **3.1 La sociolingüística:**

La palabra Sociolingüística fue utilizada por primera vez en 1952 por el poeta y filósofo H. Currie en el artículo "*A projection of socio-linguistics: The relationship of speech to social status*". En este artículo se define la sociolingüística como la ciencia que estudia las "relaciones entre lengua y sociedad", concepto modificado para concebirla como la ciencia que estudia la relación entre "lengua y contexto sociocultural" (Cisneros, Tabares y Areiza, 2012, p. 20).



Anteriormente, la Sociolingüística formaba parte, junto con la Sociología del lenguaje, de la disciplina Sociológica y no fue hasta finales de los años sesenta que los estudios sociolingüísticos se difundieron gracias a los trabajos e investigaciones de William Labov (1966).

### **3.1.1 Sociolingüística variacionista**

Labov (1966) definió a la sociolingüística variacionista como una unidad estructural que posee tres características: es variante, pues se realiza en diferentes contextos estilísticos, sociolectales o idiolectales; es de naturaleza cuantitativa ya que el sentido social no está determinado por la presencia o ausencia de sus variantes sino por la frecuencia de las mismas; y es continua, ciertas variantes obtienen significación social de acuerdo con el grado de proximidad que alcancen con la variante estándar<sup>2</sup>.

### **3.1.2 Variables sociales**

Es conveniente establecer y estudiar cómo intervienen las diferentes variables en la formación de la identidad y el comportamiento lingüístico de los *youtubers* e *instagramers*, pues al respecto diferentes autores constatan que las diferentes variables sociolingüísticas señalan los rasgos sociales que se tienen como exclusivos o como comunes en grupo social.

Los rasgos del lenguaje pueden actuar como señales que aportan información sobre los atributos sociales de los individuos. Estos rasgos, una vez adscritos a determinados grupos,

---

<sup>2</sup> Al respecto, el lector interesado puede visitar a Labov (1966) y Zanfardini (2018).

pueden teñirse de valores simbólicos al tomar las características sociales de los grupos a los que identifican; de ese modo pasan a ser utilizados, de manera consciente o no, como estrategias para marcar la identidad social, para reforzar los lazos intragrupal, etc. (Almeida, 1999, p.65)

### **3.1.2.1 Género**

El género dominante en esta investigación es el femenino, pues seis de estos *youtubers e instagramers* son mujeres. Estudiar los fenómenos del queísmo y del dequeísmo desde esta variable es de suma importancia.

La historia de la cultura y las mentalidades ha demostrado que el género determina marcas en el uso de la dinámica intra y extrasistémica de una lengua. El trabajo de un sociolingüista será explicar las relaciones, los conflictos y las tendencias de la diferenciación y correlación en los usos lingüísticos distintos e identitarios de hombres y mujeres, como seres sociales. (Areiza, Cisneros Estupiñán y Tábares, 2012, p. 43)

### **3.1.2.2 Clase social**

En la presente investigación es posible diferenciar una clase alta (Ami Rodríguez, Kika Nieto, Juan Pablo Jaramillo, Paula Galindo (Pautips), Callé y Poché, Sofía Castro) de una clase baja (Paulettee, Mauricio Gómez, Lulu 99 y El Mindo). Esta diferenciación permite resaltar la distancia sociolingüística de los *youtubers e instagramers* colombianos con respecto a los usos o niveles de la lengua estándar.

Sin embargo, cabe resaltar que la clasificación de los *youtubers e instagramers* se realiza según la estratificación en la cual crecieron, pues actualmente todos tienen el mismo oficio u ocupación y devengan notoriamente.

### **3.1.2.3 Edad**

El presente estudio se centra en un margen de edad comprendido entre los 18 (Lulu 99) y 32 (El Mindo) años de edad. Se evidencia que los *youtubers e instagramers* estudiados pertenecen a distintos grupos de edad.

Para la sociolingüística la edad no es simplemente un factor cronológico, sino que lleva consigo toda una serie de implicaciones sociales, psicológicas y económicas; además de ser un factor que determina cambios de conducta social y lingüística, hasta el punto de que se le da gran importancia a las variedades que adopta la lengua dentro de los distintos grupos de edad. (Areiza, Cisneros Estupiñán y Tábares, 2012, p. 50- 51)

### **3.1.2.4 Mercado lingüístico**

Los *youtubers e instagramers* seleccionados en este estudio utilizan distintas formas de expresión, distintas formas de relacionarse y distintas formas de concebir el mundo. Esto se puede notar en el contenido que suben a las plataformas: algunos se enfocan en belleza y salud, otros en contenidos cómicos y otros en datos curiosos. Sin embargo, el rasgo común es que todos acomodan su forma de hablar.

Todo individuo como miembro de una comunidad actúa adecuadamente dentro de ella y establece un conjunto de relaciones con base en las cuales construye su

imagen social. En el desempeño de los distintos roles en los que participa el individuo, el usuario acomoda su forma de hablar a los distintos tipos de relaciones que se establecen con las personas de su entorno. (Areiza, Cisneros Estupiñán y Tábares, 2012, p. 54)

### **3.1.2.5 Red social o redes de contacto**

Los *youtubers* e *instagramers* presentan redes de interacción amplias y complejas, pues se mueven en un medio en el que interactúan con muchos usuarios de la lengua en mayor o menor grado y a veces, incluso interactúan con otros *youtubers* e *instagramers* a través de videos en vivo o colaboraciones en las que intercambian ideas, se comparten seguidores o tendencias. Son redes abiertas, pues no requieren una relación constante.

### **3.1.2.6 Procedencia**

El origen de los *youtubers* e *instagramers*, en su mayoría se encuentra en la capital colombiana: Bogotá, pues seis de ellos nacieron y crecieron en esta ciudad. Sin embargo, es conveniente aclarar que el *instagramer* Mauricio Gómez es oriundo de La Tebaida, Quindío y después emigró hacia la ciudad de Pereira; el *youtuber* El Mindo es de la capital del departamento del Valle del Cauca, Cali; y Lulu 99 es de la ciudad de Medellín.

Analizar los fenómenos del queísmo y del dequeísmo desde esta variable es sustancial, ya que permitirá apreciar las diferencias que existen entre el uso de la lengua

estándar de los *youtubers* e *instagramers* y, sobre todo, estudiarlos desde la migración del *instagramer* ya mencionado.

Cuando los migrantes llegan a las ciudades traen consigo la forma de hablar propia de la región de donde provienen, la cual utilizan para entrar en contacto con distintas redes sociales, generalmente de su misma condición social y económica. (Areiza, Cisneros Estupiñán y Tábares, 2012, p. 59)

### **3.1.2.7 Nivel educativo**

Teniendo en cuenta la edad de la población estudiada- pues como ya se ha mencionado nos encontramos en un rango de edad desde los 18 hasta los 32 años de edad- se podría pensar que estas personas en su mayoría ya han realizado una carrera universitaria pero la realidad es que solo 5 de estos 10 *youtubers* e *instagramers* observados han estudiado un pregrado. Estos son: Paulettee estudió comunicación social enfocada en lo audiovisual, Pautips estudió negocios internacionales, Kika Nieto estudió diseño gráfico, Sofía Castro estudió artes escénicas y El Mindo estudió comunicación social.

### **3.1.3 Variación sintáctica:**

Labov (1972) define a las variantes lingüísticas como alternativas para decir o expresar la misma cosa. En este sentido, la naturaleza de esta investigación se inscribe en la variación sintáctica desde la perspectiva de Manuel Almeida (2009).

Para este autor, el *queísmo* y el *dequeísmo* hacen referencia a dos fenómenos sintácticos característicos del español no normativo/no estándar que se deben estudiar en términos de contextos sintácticos, actitudes y cruce de estructuras.

#### **3.1.3.1 Imprecisiones gramaticales**

Los seres humanos en el uso de la lengua, en muchas ocasiones incurren, tal vez sin notarlo, en imprecisiones gramaticales en la lengua hablada o escrita que, generalmente son censurados desde el punto de vista normativo.

El Diccionario de la Nueva Gramática de la Lengua Española (2009) informa que el *queísmo* y el *dequeísmo* se han desarrollado con más notoriedad en el español de América, sus estudios han sido similares para ambos continentes hispanohablantes, pero se recomienda evitarlos, pues no gozan de prestigio en la lengua culta del español contemporáneo.

En este sentido, la investigación de este trabajo se centra en analizar las imprecisiones gramaticales del *queísmo* y el *dequeísmo* en diez *youtubers* e *instagramers* colombianos.

### 3.1.3.1.1 Queísmo

Según la Real Academia de la lengua Española (*Diccionario panhispánico de dudas*, 2005), el queísmo es la supresión, normativamente censurada, de una preposición (*de, a o en*) delante de la conjunción *que*, como expresión introductora de ciertos complementos oracionales.

El Diccionario de la Nueva Gramática de la Lengua Española (2009) en la sección 43.6o, establece que en los países hispanohablantes se observa una marcada tendencia a eliminar la preposición de los sustantivos que aparecen en expresiones formadas con verbos de apoyo, así como en ciertas locuciones verbales que sí deben llevar la preposición:

- *Darse cuenta de que...* por darse cuenta que (queísmo).
- *Tomar conciencia de que ...* por tomar conciencia que (queísmo).
- *Dar la impresión de que...* por dar la casualidad que (queísmo).
- *Tener la seguridad de que...* tener la seguridad que (queísmo).
- *Caber duda de que...* por caber duda que (queísmo).

Se consideran usos queístas:

- Insistir que (en lugar de: insistir en que)
- Olvidarse que (en lugar de: olvidarse de que)
- Acordarse que (en lugar de: acordarse de que.. en el sentido de ‘recordar’)
- Confiar que (en lugar de: confiar en que)

- Estar de acuerdo que (en lugar de: estar de acuerdo con que)
- Apostar que (en lugar de: apostar a que) cuando apostar significa ‘hacer una apuesta’.

No se consideran queístas:

- Los complementos oracionales del verbo *amenazar* (en el sentido de anunciar o hacer ver algún daño) comúnmente se construyen con la preposición *con* (amenazar a alguien con algo), pero no se puede considerar queísmo realizarlo sin ella, porque también se puede *amenazar algo a alguien*.
- Cuando los verbos transitivos tienen correlatos pronominales: Lamentar que, aprovechar que.

El uso entre *que* y *de que* es menos conflictivo cuando los verbos introducen significados diferenciados:

- Presumir que (sospechar) ... presumir de que (vanagloriarse)
- Responder que (contestar) ... responder de que (responsabilizarse)
- Asegurar que (afirmar con certeza) ... asegurarse de que (poseer la certeza de algo)
- Acordar que (llegar a un acuerdo) ... acordarse de que (recordar)
- Preocupar a alguien que (causarle preocupación) ... preocuparse alguien de que (poner interés o cuidado en).



Se señalan los siguientes puntos claves para evitar las imprecisiones en cuanto al uso del queísmo:

- Con verbos no pronominales que se forman con un complemento de régimen:  
convencer **de**, insistir **en**, tratar **de**. Ejemplo: La convencí de que cantara (no: la convencí que cantara), trato de que lo logre (no trato que lo logre).
- Con sustantivos que poseen complementos preposicionales: iré con la condición de que (no: iré con la condición que), tengo ganas de que vengas (no: tengo ganas que).
- Con adjetivos que poseen complementos preposicionales: estamos seguros de que fallaremos (no: estamos seguros que fallaremos), estoy convencido de que triunfarás (no: estoy convencido que triunfarás).
- En las locuciones: A pesar de que, a fin de que, a condición de que, en caso de que.
- En la construcción: hasta el punto de que.
- En las locuciones verbales: saber o haber, duda de algo, caer en la cuenta de algo, darse cuenta de algo. Ejemplos: No cabe duda de que es una mala persona, cayó en la cuenta de que estaba perdiendo, nos dimos cuenta de que ya no había remedio.  
No se deben confundir las locuciones: caer en la cuenta, darse cuenta- las cuales exigen la preposición **de**-, con la locución tener en cuenta, que no exige la preposición: no tiene en cuenta que nos amamos.

- Los verbos advertir, avisar, cuidar, dudar e informar se pueden construir de dos formas: advertir [algo] a alguien y advertir de algo [a alguien], avisar [algo] a alguien y avisar de algo [a alguien], cuidar [algo o a alguien] y cuidar de algo [algo o alguien], etc. Por lo tanto, la Real Academia informa que debido a la naturaleza de estos verbos no es obligatorio el uso de la preposición *de* delante de la conjunción *que*.

### 3.1.3.1.2 Dequeísmo

Según la Real Academia de la lengua Española (*Diccionario panhispánico de dudas*, 2005), el **dequeísmo** es el uso incorrecto de la preposición **de** antes de la conjunción **que** cuando no es necesaria.

De acuerdo con el Diccionario de la Nueva Gramática de la Lengua Española (2009), en la sección 43.6c, las construcciones dequeístas aparecen en las subordinadas sustantivas de sujeto (es seguro de que se enfermó), de completo directo (creemos de que es peor) y en las oraciones copulativas (la idea es de que entraran los alumnos de la facultad directamente a dar clase).

No son dequeístas:

- Los complementos oracionales de los adverbios: *encima* (encima de que), *aparte* (aparte de que), *luego* (luego de que), *antes* (antes de que), *después* (después de que) o *enseguida* (enseguida de que).

- Complementos oracionales introducidos por *de que* con el verbo informar: la maestra no había informado *de que* esta tarde haría el examen.
- Cuando el verbo avisar implica la existencia de amenaza, se prefiere la construcción sin la preposición *de*.
- En el uso del verbo pronominal olvidarse, el cual introduce un complemento de régimen: me olvidé de que era tu cumpleaños (me olvidé de ello).
- El verbo cuidar cambia el complemento directo y el de régimen con grupos nominales: Cuidan (algo o alguien) con el significado de ocuparse (estar a cargo de algo o alguien). Con el sentido de ‘procurar’. Se debe construir con la preposición *de*. Ejemplos: Hay que cuidar de que todo salga bien, cuidando de que, cuidaba de que, cuida de que.
- Cuando los verbos transitivos tienen correlatos pronominales: lamentarse de que, aprovecharse de que

En cambio, sí se deben considerar dequeístas:

- Los complementos de: *a medida*. Ejemplo: puesto que *a medida*.
- Construcciones consecutivas como: *hace tanto calor de que no se puede salir a la calle*.
- Las construcciones temporales con hacer como: Hace años *de que* murió.

- El verbo necesitar admite, junto a los complementos directos (necesito tu comprensión), complementos de régimen nominales (necesito *de* tu comprensión), sin embargo, no admite los oracionales, por lo que la construcción se considera dequeísta. Ejemplo: las niñas no necesitan *de que* les den regalos.
- Construcciones con el verbo sospechar: nos hemos enterado *de que* la directora sospechaba de nosotros.

### 3.2 Transformación digital

Anteriormente era común acceder a bibliotecas o enciclopedias para realizar las actividades académicas, el medio de comunicación era por excelencia el teléfono, era común el trabajo presencial, el ser humano estaba acostumbrado a una vida lenta y quien pudiera acceder a internet era sumamente privilegiado. Sin embargo, el acceso a internet se ha convertido en uno de los ejes de la sociedad, hasta tal punto que el 27 de junio de 2016, El Consejo de Derechos Humanos de las Naciones Unidas, declarara el internet como un derecho básico:

Los derechos de las personas también deben estar protegidos en Internet, en particular la libertad de expresión, que es aplicable sin consideración de fronteras y por cualquier procedimiento que se elija, de conformidad con el artículo 19 de la Declaración Universal de Derechos Humanos y del Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos. (Consejo de Derechos humanos, 2016, p. 3)

En la actualidad, lo concerniente al ser humano y al mundo parece estar mediado por la tecnología y lo concerniente a ella: los medios de comunicación, la red y la Web se han apoderado de la sociedad, la educación y la comunicación entre los seres humanos. En gran medida esto se debe a la Web 2.0.

### **3.2.1 Web 2.0**

El medio por excelencia para diversas transmisiones, hoy en día, es Internet. Esta ha logrado crear universos de significación en los que intervienen diversos sistemas de transmisión de datos o hipertextos como la Web (World Wide Web). A través de la Web se transfieren multitud de recursos educativos, páginas, videos, noticias, redes sociales, etc.

De esta manera, la Web se configura como el lugar para la multimodalidad y la mediatización pues utilizan diversos medios y protagonistas para conseguir un fin específico, acceder al público o permear la masa. Sin embargo, el término usado en la actualidad es el Web 2.0 debido a su progresión y avance a diferencia de la Web 1.0 o Web 1.5.

El término Web 2.0 fue creado por Tim O'Reilly (2004) en una conferencia de la editorial O'Reilly Media para designar a una nueva plataforma de intercambio y colaboración entre internautas. Esta plataforma, a diferencia de otras, se centra en la facilidad de interacción de los internautas, los usuarios pueden crear y compartir contenido,

información o servicios a través de blogs, **redes sociales** y diferentes sistemas de transmisión.

### **3.2.1.1 Redes sociales**

En la actualidad las redes sociales se han convertido, por excelencia, en el medio que poseen las personas para comunicarse y compartir contenido educativo, social, político o contenido que apasione e interese a los usuarios.

Estas redes, como su nombre lo indica, se ocupan de aspectos sociales, de la interacción entre individuos, y de la creación de contenidos para que el usuario se convierta en un consumidor virtual a través de la Web 2.0.

La gestión *on line* de las redes sociales ofrece una serie de funcionalidades, asociadas a servicios básicos de comunicación y presencia, que han logrado convertirla en un fenómeno en sí misma, tal como muestran las cifras de crecimiento registradas por algunos de los servicios más representativos. Hasta el punto de que se ha llegado a identificar la Web de Nueva Generación con tal fenómeno, así como sus posibilidades de negocio. (Fumero, Roca y Sáenz, 2007, p. 18)

Entre las redes sociales más destacadas se encuentran: Facebook, Instagram, YouTube, Twitter o WhatsApp. Este trabajo se centra en dos redes sociales en específico: YouTube e Instagram a través de la observación y análisis de sus protagonistas (los *youtubers* e *instagramers*).

## **4. Metodología**

### **4.1 Tipo de investigación**

El presente proyecto de investigación posee las siguientes características metodológicas: conforme a su datación será cualitativa; de acuerdo a su alcance su naturaleza es exploratoria; este se encuadra en un proyecto de índole aplicada de acuerdo a su finalidad expresa en los objetivos; respecto a su grado de intervención, el método empleado será el fenomenológico. Asimismo, cabe señalar que se concibe una relación (sujeto- objeto) distante, pues no se interviene en la realidad social del objeto a investigar, esta se desarrollará de manera individual.

De este modo, el presente proyecto parte de algunos elementos del paradigma interpretativo, con algunos otros del paradigma crítico. De la siguiente manera: la finalidad de los paradigmas en cuanto a la investigación consiste en interpretar y analizar la realidad del objeto a investigar según su concepción y significación de los fenómenos del queísmo y el dequeísmo; la relación sujeto- objeto es distante pero la investigación se centra en la acción humana ; desde el paradigma adoptado, el conocimiento se concibe como una construcción social; los criterios de calidad pertinentes para la elaboración de este trabajo son la validez y la credibilidad. Asimismo, es importante resaltar que el paradigma adoptado posee las siguientes limitaciones en cuanto a la investigación: dificultades para realizar descripciones objetivas y el carácter conservador que lo caracteriza. Por estos

motivos, esta investigación utilizará algunos aportes del paradigma crítico para proponer y criticar la realidad estudiada.

Finalmente, cabe señalar que el presente proyecto de investigación empleará la técnica de análisis documental. En esa dirección, se iniciará con la identificación de categorías previas de análisis para antes del trabajo de campo y la recolección de los objetos a investigar. Se identificarán los conceptos y teorías principales de estudios de los fenómenos, consecuentemente se rastrearán los videos disponibles y más apropiados de los *youtubers* e *instagramers* y se realizará el análisis apropiado. Cabe destacar que, en la forma de concebir esta investigación, el acercamiento inferencial y comprensivo a la teoría no se descarta de todos y cada uno de los momentos de la investigación. Por tal motivo, la valoración se hará en el marco del análisis documental de documentos externos y no internos del autor a estudiar.

#### **4.2 Población y muestra**

En la era contemporánea la población migró a internet, a YouTube e Instagram. Actualmente estas plataformas cuentan con dos mil millones de usuarios, siendo de las redes sociales imprescindibles para el ser humano. Por esta razón cientos de personas se dedican hoy en día a través de estas redes a compartir diferentes temas de interés, estos son los llamados *youtubers* e *instagramers*. (Ver cap.1)



Quienes se dedican a subir diferentes tipos de contenidos a estas plataformas obtienen muchas ganancias económicas, su estrato social cambia, su nivel educativo cambia, deben responder a un mercado lingüístico que represente a todos sus seguidores y competir arduamente por mantener y aumentar su público.

De los *youtubers* e *instagramers* estudiados solo cinco cuentan con una carrera técnica o profesional, pero estos no se dedican a su profesión porque Instagram y YouTube resultan más lucrativas e interesantes.

La población está compuesta por once personas quienes oscilan entre los dieciocho y treinta y dos años de edad. De estos, ocho son mujeres y tres son hombres.

Por otro lado, en cuanto a la recolección de los datos para el desarrollo de esta investigación, se obtuvieron 20 videos de cada *youtuber* e *instagramer*, estos videos se transcribieron para un análisis más preciso y detallado, contando así con 200 transcripciones en total.

La población se seleccionó de acuerdo con los *youtubers* más vistos en Colombia; su rango de edad (que no superen los 35 años de edad); que se encuentren activos entre los años 2010 y 2020; y que sean de nacionalidad colombiana.

### 4.3 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para recolectar los datos se observó minuciosamente los vídeos o grabaciones de los *youtubers* e *instagramers*, pues se buscaba específicamente que usaran la secuencia *de que* en su discurso. Seguidamente para mayor objetividad del corpus, las grabaciones fueron transcritas en formato OpenOffice y codificadas en Formato Texto y codificadas en UTF-8 (UCS Transformation Format 8). Fue necesario codificar las transcripciones en este formato debido a que fueron analizadas en IRAMUTEQ (Interfaz de R para el Análisis Multidimensional de los Textos y Cuestionarios) es un software libre que permite realizar análisis multidimensional de textos de diferente naturaleza para evaluar las ocurrencias (unidades lingüísticas) y desviaciones con respecto a la lengua estándar.

Sin embargo, es importante aclarar que el uso de la secuencia *de que* también fue evaluada manualmente para evitar inconsistencias o evasiones con los diferentes usos reglamentarios.

### 4.4 Análisis e interpretación de datos

Para caracterizar el uso del queísmo y el dequeísmo en relación con la lengua estándar, se actuó de la siguiente manera:

1. Se identificó el uso de la secuencia *de que* en los diez *youtubers* e *instagramers* colombianos.

2. A través del software IRAMUTEQ se evaluaron las ocurrencias de la población en relación con la lengua estándar.
3. Se relacionaron las variables sociolingüísticas con los resultados obtenidos del uso del queísmo, el dequeísmo y las demás ocurrencias.

Para identificar la secuencia *de que* se abordaron las diferentes transcripciones y se analizaron de manera manual, para así evaluar las diferentes incidencias de los *youtubers* e *instagramers* con respecto a la lengua estándar. Se realizó un análisis cualitativo gracias a las teorías que sustentan esta investigación.

Las diferentes incidencias generales se analizaron cuantitativamente en el programa IRAMUTEQ, el cual arrojó diferentes esquemas, diagramas y tablas, que permitieron comprender el uso de las diferentes categorías gramaticales por parte de las personas estudiadas.

Los resultados obtenidos en los dos estudios se relacionaron con las variables sociolingüísticas y las características particulares de la población, para así hallar el objeto de esta investigación. Finalmente, se presentan los resultados y la interpretación de los mismos.

## **5. Análisis y resultados**

### **5.1 Amí Rodríguez**

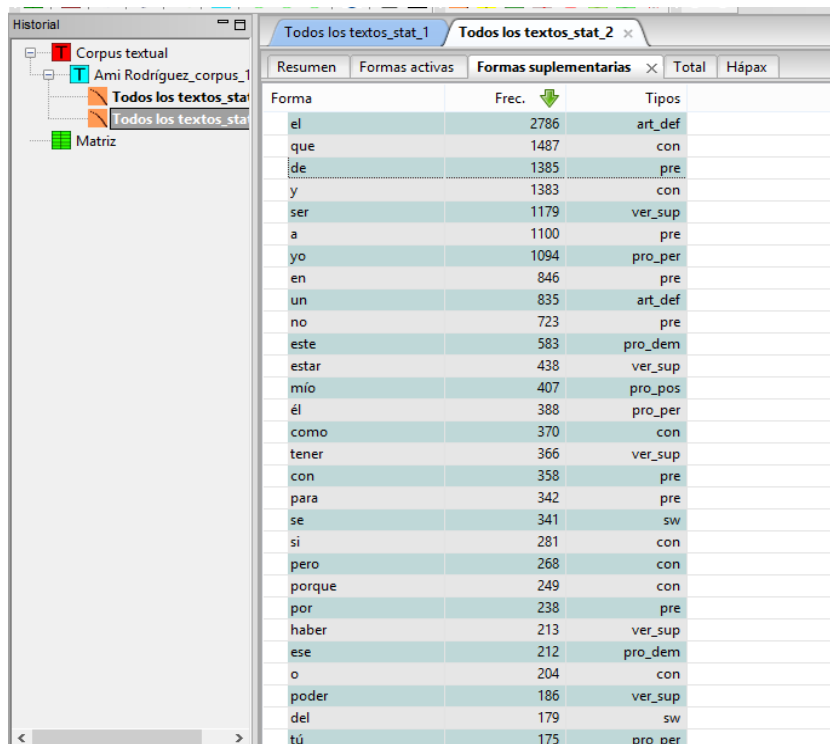
#### **Análisis de las diferentes ocurrencias en Iramuteq:**

Se debe tener en cuenta que este primer análisis corresponde a evaluar las frecuencias que se presentan al utilizar las diferentes formas del español tales como verbos, adverbios, sustantivos, conjunciones y preposiciones.

Por este motivo es necesario ilustrar cómo funciona el programa: delimita las cantidades de palabras, la frecuencia de cada una de ellas, las palabras que sólo son utilizadas una vez (hápx) y las agrupa dentro de subgrupos en formas activas (verbos, sustantivos, adjetivos, adverbios y formas no reconocidas) y formas suplementarias (conjunciones, preposiciones, artículos, pronombres y hápx).

El análisis en el programa Iramuteq evidenció las siguientes características con respecto al *youtuber* Ami Rodríguez: en total se analizaron veinte textos en los cuales se evidenciaron 40115 ocurrencias, 3775 formas o unidades léxicas, 1913 hápx y 2005 ocurrencias por cada texto.

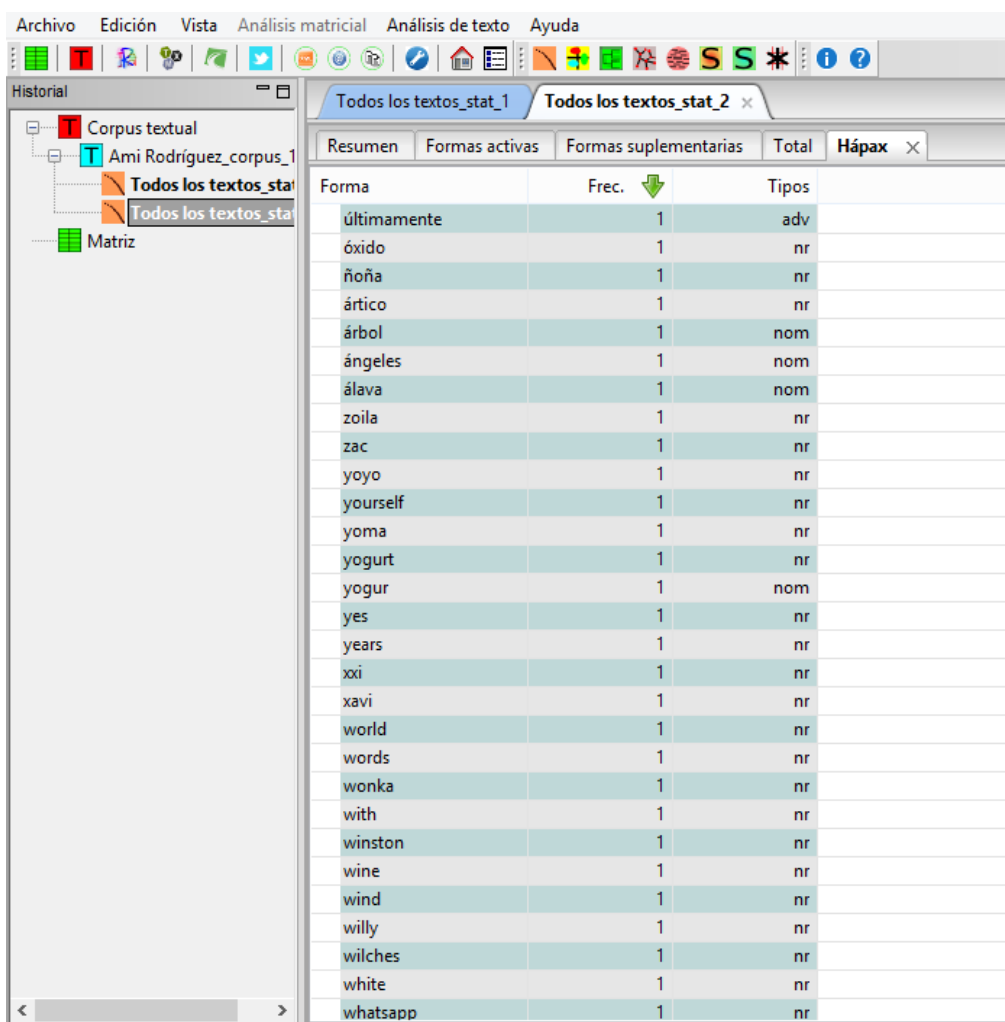
Dentro de las formas suplementarias es importante mencionar que el *youtuber* en cuestión, dentro de los veinte textos analizados y prestando atención a las formas importantes para la naturaleza de esta investigación; utiliza 1847 veces la conjunción *que* y 1385 la preposición *de*. Asimismo, sobresale el uso del artículo *el* presentándose una frecuencia de 2785 usos.



Forma	Frec.	Tipos
el	2786	art_def
que	1487	con
de	1385	pre
y	1383	con
ser	1179	ver_sup
a	1100	pre
yo	1094	pro_per
en	846	pre
un	835	art_def
no	723	pre
este	583	pro_dem
estar	438	ver_sup
mío	407	pro_pos
él	388	pro_per
como	370	con
tener	366	ver_sup
con	358	pre
para	342	pre
se	341	sw
si	281	con
pero	268	con
porque	249	con
por	238	pre
haber	213	ver_sup
ese	212	pro_dem
o	204	con
poder	186	ver_sup
del	179	sw
tú	175	pro_per

Dentro de las formas que se presentan una sola vez en el análisis de las veinte transcripciones, se evidencia que en su mayoría son formas no reconocidas *en* el programa debido a que este solo evalúa un idioma a la vez y en la lengua estándar en que se realiza el

análisis. El *youtuber* utiliza enormemente extranjerismos tales como WhatsApp, Wonka, White o yourself. Además, sobresale el uso de nombres alimenticios, ciudades y apellidos.



Forma	Frec.	Tipos
últimamente	1	adv
óxido	1	nr
ñoña	1	nr
ártico	1	nr
árbol	1	nom
ángeles	1	nom
álava	1	nom
zoila	1	nr
zac	1	nr
yoyo	1	nr
yourself	1	nr
yoma	1	nr
yogurt	1	nr
yogur	1	nom
yes	1	nr
years	1	nr
xxi	1	nr
xavi	1	nr
world	1	nr
words	1	nr
wonka	1	nr
with	1	nr
winston	1	nr
wine	1	nr
wind	1	nr
willy	1	nr
wilches	1	nr
white	1	nr
whatsapp	1	nr

## Análisis del queísmo y el dequeísmo

La siguiente tabla muestra el análisis manual que se llevó a cabo para estudiar al *youtuber* Amí Rodríguez.

<b>TABLA 1. RESULTADO DEL ANÁLISIS SOBRE LA ALTERNANCIA <i>DE QUE</i> EN EL <i>YOUTUBER</i> AMÍ RODRÍGUEZ</b>		
<b>Uso</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Formas</b>
<b>Dequeísmo</b>	70	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Como de que no. (50)</li> <li>• Complejo de que tengo. (2)</li> <li>• Le hice una broma a mi hermanito Aladdin de que me da un ataque. (1)</li> <li>• Me dijeron de que tengo astigmatismo. (1)</li> <li>• Piensas en que me metí. (1)</li> <li>• La historia de que yo. (1)</li> <li>• Ponerlas de que. (1)</li> <li>• Pero de que lo vamos a recuperar. (1)</li> <li>• Cámara de que no me pinta. (1)</li> <li>• Hablando de que. (1)</li> <li>• Dice en que hay construcción. (1)</li> <li>• A menos de que (2)</li> <li>• Es una corona de que yo no me he tatuado. (1)</li> <li>• Una parte de terrícola de que usted está viendo o conoce. (1)</li> <li>• A todo el mundo de que no se aburran. (1)</li> <li>• En comparación a (1)</li> <li>• Asumiendo de que. (1)</li> <li>• Les cuento a que envió en mi canal. (1)</li> <li>• fue víctima de que dijeron una noticia como si fuera verdad. (1)</li> </ul>

<b>Queísmo</b>	54	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Darse cuenta que. (50)</li> <li>• Trataba que. (1)</li> <li>• Toda mi angustia que el señor venía. (1)</li> <li>• No he perdido la esperanza que si lo vamos a lograr. (1)</li> <li>• Tengo fe en la humanidad que hay más personas buenas. (1).</li> </ul>
<b>Total:</b>	<b>124</b>	

El *youtuber* Ami Rodríguez utiliza de forma jocosa el queísmo y el dequeísmo, la expresión *como de que no* se utiliza de manera burlesca en cada uno de sus vídeos.

## 5.2 Callé y Poche

En el análisis de las *youtubers* Daniela Callé y María José Garzón (Poche) se evidenciaron 63886 ocurrencias, 4330 formas, 2351 hápax o palabras con una sola frecuencia y 3194 ocurrencias por cada texto.

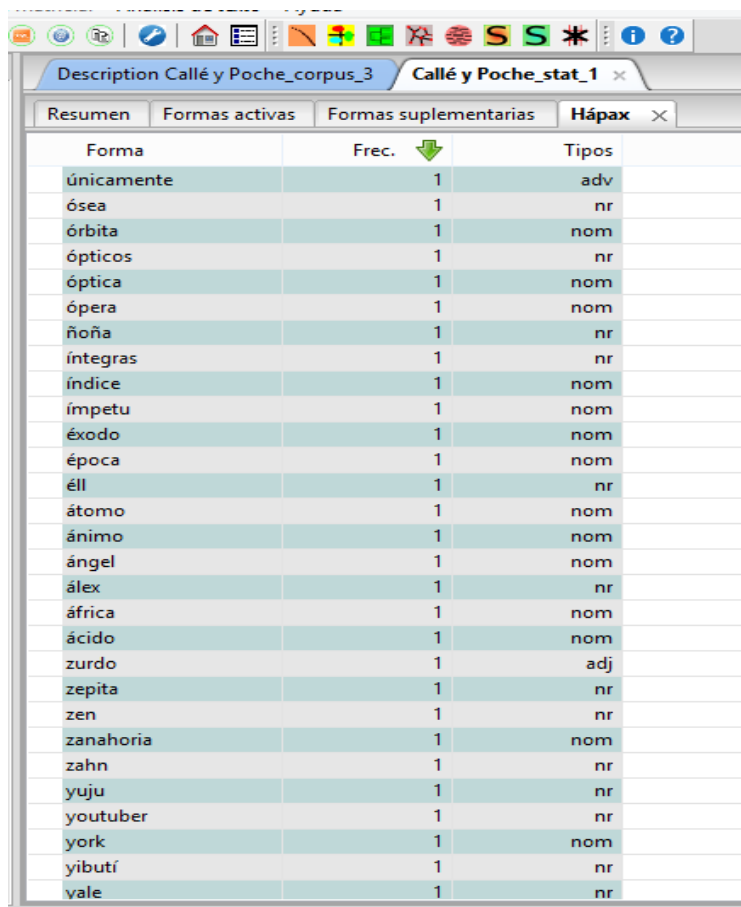
Las formas suplementarias más frecuentes son: la conjunción **que**, con 3844 usos, el artículo *el* con una frecuencia de 3796, el verbo *ser* utilizado 2444 veces y la preposición **de** con una frecuencia de 1774. Se le otorga importancia a la conjunción **que** y a la preposición **de**.



Description Callé y Poche_corpus_3		Callé y Poche_stat_1 x
Resumen	Formas activas	Formas suplementarias x Total Hápax
Forma	Frec. ↓	Tipos
que	3844	con
el	3796	art_def
ser	2444	ver_sup
de	1774	pre
yo	1626	pro_per
no	1508	pre
a	1447	pre
un	1362	art_def
en	1221	pre
como	1109	con
estar	970	ver_sup
él	770	pro_per
tener	717	ver_sup
haber	681	ver_sup
pero	632	con
ese	623	pro_dem
este	610	pro_dem
se	598	sw
porque	582	con
con	529	pre
si	526	con
muy	499	adv_sup
nosotros	496	pro_per
por	465	pre
para	423	pre
todo	351	adj_ind
o	341	con
tú	329	pro_per
mío	297	pro_pos

En las formas hápax el análisis recoge diferentes usos, así como extranjerismos, palabras propias de la jerga juvenil colombiana, nombres propios de ciudades, animales o cosas y se resalta la palabra *youtuber* haciendo referencia a personas de su misma

comunidad u ocupación. Estas formas son: YouTube, ñoña, o sea, *youtuber*, Wikipedia, work, with, weekend, traumatizada, tóxica, test o tenis.



The screenshot shows a software window with a menu bar and a toolbar. The main area contains a table with three columns: 'Forma', 'Frec.', and 'Tipos'. The table lists 30 different word forms, each with a frequency of 1 and a corresponding grammatical type. The window title is 'Callé y Poche\_stat\_1' and it has tabs for 'Resumen', 'Formas activas', 'Formas suplementarias', and 'Hápax'.

Forma	Frec.	Tipos
únicamente	1	adv
ósea	1	nr
órbita	1	nom
ópticos	1	nr
óptica	1	nom
ópera	1	nom
ñoña	1	nr
íntegras	1	nr
índice	1	nom
ímpetu	1	nom
éxodo	1	nom
época	1	nom
éll	1	nr
átomo	1	nom
ánimo	1	nom
ángel	1	nom
álex	1	nr
áfrica	1	nom
ácido	1	nom
zurdo	1	adj
zepita	1	nr
zen	1	nr
zanahoria	1	nom
zahn	1	nr
yuju	1	nr
youtuber	1	nr
york	1	nom
yibutí	1	nr
vale	1	nr

## Análisis del queísmo y el dequeísmo

La siguiente tabla muestra el análisis manual que se llevó a cabo para estudiar a las *youtubers* Calle y Poche.

**TABLA 2. RESULTADO DEL ANÁLISIS SOBRE LA ALTERNANCIA *DE QUE* EN LAS *YOUTUBERS* CALLE Y POCHÉ.**


Uso	Frecuencia	Formas utilizadas
<b>Dequeísmo</b>	<b>14</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Tiene de que digamos (2)</li> <li>● Un gorrito de que hizo (1)</li> <li>● Siento de que (2)</li> <li>● El cuento de que (1)</li> <li>● Pensamiento de que (2)</li> <li>● Le dije el ejemplo de que (1)</li> <li>● En un grupo de que mucha gente no pudo dormir(1)</li> <li>● Ya va a hacer un año de que salió (1)</li> <li>● El súper mega chisme de que éramos novias. (1)</li> <li>● Tiene de que las haga (1)</li> <li>● Hacer de que (1)</li> </ul>
<b>Queísmo</b>	<b>59</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Darse cuenta que (52)</li> <li>● Cuanto que (1)</li> <li>● Idea que (1)</li> <li>● Consciente que (1)</li> <li>● Tratar que.(2)</li> <li>● Es hora que vayamos (1)</li> <li>● Estoy segura que Calle. (1)</li> </ul>

<b>Total:</b>	<b>73</b>
---------------	-----------

### 5.3 El Mindo

El análisis del *youtuber* El Mindo determinó: 42370 ocurrencias, 3129 formas lingüísticas, 1319 hápax y 2017 ocurrencias por cada texto.

Dentro de las formas suplementarias se encontró que el artículo *el* fue la forma más usada por el *youtuber* con una frecuencia de 3052, la conjunción ***que***, utilizada 2284 veces, la preposición ***de*** con una frecuencia de 1616, la conjunción y usada 1274, el verbo *ser* con una constancia de 1210, la preposición *a* con 1173 y el artículo *un* con una continuidad de 1075. Por ilustrar un poco.

Forma	Frec. 	Tipos
el	3052	art_def
que	2284	con
de	1616	pre
y	1274	con
ser	1210	ver_sup
a	1173	pre
un	1075	art_def
yo	838	pro_per
en	687	pre
este	615	pro_dem
tener	575	ver_sup
no	549	pre
como	511	con
para	509	pre
estar	505	ver_sup
él	452	pro_per
con	433	pre
se	363	sw
todo	346	adj_ind
haber	338	ver_sup
por	302	pre
porque	300	con
ese	298	pro_dem
pero	282	con
poder	215	ver_sup
tú	213	pro_per
muy	203	adv_sup
nosotros	180	pro_per
ustedes	180	pro_per

Finalmente, en las formas hápax se encontraron extranjerismos provenientes de México, Estados Unidos y Francia, dentro de estos sobresalen wey, way, wi (en su forma correcta oui), when, station, staff, show u outfit.

También se encontraron usos reiterativos de sustantivos, formas no reconocidas, verbos, adjetivos, diminutivos y formas propias de Colombia. Dentro de estos sobresalen:

Snapchat, savorcito, papiiiiiii, récord, salidera, salvatrucha, reggaetón, puñadito, purito, plátano, platanito, pana, paisano, meme o levantamueitos.

Resumen	Formas activas	Formas suplementarias	Total	Hápx
Forma	Frec.		Tipos	
época	1		nom	
zero	1		nr	
zapatito	1		nr	
zapata zapatilla	1		nom	
yogur	1		nom	
yema	1		nom	
wilde	1		nr	
wii	1		nr	
wey	1		nr	
wen	1		nr	
way	1		nr	
vuelo	1		nom	
volátil	1		adj	
voluntad	1		nom	
volumen	1		nom	
volteando	1		nr	
voltean	1		nr	
volteada	1		nr	
volcán	1		nom	
vocabulario	1		nom	
viáticos	1		nr	
vivo	1		nom	
vivienda	1		nom	
vivable	1		nr	
vivi	1		nr	
vitamina	1		nom	
vital	1		adj	
visibilidad	1		nom	
violento	1		adi	

## Análisis del queísmo y el dequeísmo

La siguiente tabla muestra el análisis manual que se llevó a cabo para estudiar al *youtuber* El Mindó.

**TABLA 3. RESULTADO DEL ANÁLISIS SOBRE LA ALTERNANCIA *DE QUE* EN EL *YOUTUBER* EL MINDO.**

Uso	Frecuencia	Formas utilizadas
<b>Dequeísmo</b>	<b>16</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Decirles de que (2)</li> <li>• Es la vida, la historia de que ustedes pueden ayudar (1)</li> <li>• Depende de que (1)</li> <li>• Ayuda de que el arroz quede bien. (1)</li> <li>• De que todos digamos (1)</li> <li>• Repetir de que usted tiene. (1)</li> <li>• De que yo tengo (1)</li> <li>• Algo de que (1)</li> <li>• Siempre de que me hicieron. (1)</li> <li>• Pasando de que (1)</li> <li>• Decisión de que (1)</li> <li>• En la vida de que estamos en una sociedad (1)</li> <li>• Intención de que (2)</li> <li>• Tema de que tenemos (1)</li> </ul>
<b>Queísmo</b>	<b>33</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• A pesar que (1)</li> <li>• Caer en cuenta que (20)</li> <li>• seguro que (1)</li> <li>• Insistir que (2)</li> <li>• Después que (2)</li> <li>• Pese que (1)</li> <li>• A medida que (6)</li> </ul>

<b>Total:</b>	<b>49</b>
---------------	-----------

#### 5.4 Juan Pablo Jaramillo

El análisis en Iramuteq del youtuber Juan Pablo Jaramillo mostró 58930 ocurrencias, 3636 número de formas, 1295 palabras utilizadas una sola vez y 2945 medidas de ocurrencias por cada texto.

Dentro de las formas suplementarias, a diferencia de los otros análisis explicados hasta el momento, la preposición *de* ocupa una posición baja, pues se ubica en un sexto lugar mientras que en los demás *youtubers* esta se ubica en un segundo o tercer nivel de frecuencia. En este sentido la tabla de frecuencias se distribuye así: el artículo *el* con una frecuencia de 3613, la conjunción ***que*** practicada 2890, la conjunción y frecuentada 2066 veces, la preposición *a* regulada 1831 ocasiones, el verbo *ser* reiterado 1831 veces y la preposición ***de*** con una frecuencia de 1683.

Dentro de las formas hápax también sobresalen extranjerismos provenientes del inglés y el francés, formas no reconocidas, sustantivos o nombres propios, adjetivos y algunos verbos. Estos son: world, wing, wife, webcam, web, warrior, wallace, wanna, voilá, vino, volamos, violar, zapatero, Villanueva, Villalobos, viento, xito, xitos o xido.



También sobresale el pronombre personal *vosotros*, ya que este no es utilizado en el español colombiano sino en el español de España.

Description Juan Pablo Jaramillo 1_corpus_1		Juan Pablo Jaramillo 1_stat_1	
Resumen	Formas activas	Formas suplementarias	Total
Hápx			
Forma	Frec. ↓	Tipos	
zapatero	1	nom	
zalla	1	nr	
your	1	nr	
ye	1	nr	
xitos	1	nr	
xito	1	nr	
xido	1	nr	
world	1	nr	
wing	1	nr	
wifi	1	nr	
wife	1	nr	
webcam	1	nr	
web	1	nom	
warriors	1	nr	
wanna	1	nr	
wallace	1	nr	
walker	1	nr	
vosotros	1	pro_per	
voluntad	1	nom	
volamos	1	nr	
visos	1	nr	
violar	1	ver	
vino	1	nom	
villanueva	1	nom	
villalobos	1	nr	
viles	1	nr	
viento	1	nom	
victorioso	1	adj	
viajã	1	nr	

## Análisis del queísmo y el dequeísmo

La siguiente tabla muestra el análisis manual que se llevó a cabo para estudiar al *youtuber* Juan Pablo Jaramillo.

**TABLA 4. RESULTADO DEL ANÁLISIS SOBRE LA ALTERNANCIA *DE QUE* EN EL *YOUTUBER* JUAN PABLO JARAMILLO.**

Uso	Frecuencia	Formas utilizadas
<b>Dequeísmo</b>	<b>12</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Idea de que (1)</li> <li>• Digo de que queda (2)</li> <li>• Es como de que (2)</li> <li>• De que no puedes estar (2)</li> <li>• De que es así (1)</li> <li>• De que puedo hacer esto (1)</li> <li>• No había nada de que hacer (1)</li> <li>• Es de que (1)</li> <li>• Transformación cultural de que todos vivamos (1).</li> </ul>
<b>Queísmo</b>	<b>70</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Darse cuenta que (35)</li> <li>• A pesar que (11)</li> <li>• Asegurarse que (4)</li> <li>• Insistir que (1)</li> <li>• Enterarse que (1)</li> <li>• Aparte que (6)</li> <li>• Estar de acuerdo que (1)</li> <li>• A medida que (2)</li> <li>• Idea que (6)</li> <li>• Tratar que (1)</li> <li>• Consiste que (1)</li> <li>• Manera que (1)</li> </ul>

<b>Total:</b>	<b>82</b>
---------------	-----------

### 5.5 Kika Nieto

Las transcripciones de la *youtuber* Kika Nieto revelaron 52109 ocurrencias, 4323 número de formas, 2296 número de hápax y 2605 medida de ocurrencia por texto.

Por su parte en las formas suplementarias, al igual que en el *youtuber* Juan Pablo Jaramillo, la preposición *de* no ocupa los primeros rangos de frecuencia. En específico, en este análisis se frecuenta en la quinta posición y la conjunción *que* posee el segundo lugar. Así: el artículo *el* reiterado 3595 veces, la conjunción ***que***, con una frecuencia de 2382, la preposición *a* repetida 1793 veces, el verbo *ser* con 1541 usos y la preposición ***de*** con una frecuencia de 1457.

The screenshot shows a software interface for corpus analysis. On the left, a tree view lists several corpora: 'Corpus textual', 'Kika Nieto\_corpus\_2', 'Kika Nieto\_stat\_1', 'Juan Pablo Jaramillo\_1', 'Juan Pablo Jaramillo', 'El Mindo\_corpus\_2', 'Callé y Poche\_corpus\_3', 'Ami Rodríguez\_corpus\_1', and 'Matriz'. The main window displays a table with three tabs: 'Resumen', 'Formas activas', and 'Formas suplementarias' (selected). The table has three columns: 'Forma', 'Frec.' (Frequency), and 'Tipos' (Types). The data is sorted by frequency in descending order.

Forma	Frec.	Tipos
el	3595	art_def
que	2382	con
a	1793	pre
ser	1541	ver_sup
de	1457	pre
yo	1368	pro_per
no	1117	pre
un	912	art_def
en	848	pre
como	703	con
n	619	sw
este	554	pro_dem
s	551	sw
se	501	sw
él	466	pro_per
todo	461	adj_ind
por	447	pre
o	445	con
con	443	pre
pero	438	con
tener	410	ver_sup
para	408	pre
estar	380	ver_sup
ese	364	pro_dem
porque	359	con
sí	331	con
tú	320	pro_per
haber	289	ver_sup
mío	255	pro_pos

En las formas hápax tienen relevancia algunos sustantivos como zinc, los nombres propios que caracterizan su gremio YouTube o *youtubers*, cantidades de extranjerismos provenientes del inglés: your, york, xbox, wolf, windows, we, will, white, whisky, week, web, Washington, want o wallace. También sobresale el uso de adjetivos como vulnerable.

Es importante mencionar que la youtuber utiliza en gran medida construcciones de palabras con la letra X, entre estos sobresalen diminutivos y nombres como: xito, xico o xosa.

También usa formas no reconocidas por el programa tales como Yepes, lo que en Colombia representa un apellido muy conocido futbolísticamente por el mundial 2014 en Brasil.

Resumen	Formas activas	Formas suplementarias	Total	Hápax
Forma	Frec.			
zinc	1			nom
zaguã	1			nr
youtubers	1			nr
youtuber	1			nr
your	1			nr
york	1			nom
yepes	1			nr
yanse	1			nr
xosã	1			nr
xitos	1			nr
xito	1			nr
xico	1			nr
xbox	1			nr
wolff	1			nr
windows	1			nr
will	1			nr
white	1			nr
whisky	1			nr
week	1			nr
webos	1			nr
webb	1			nr
we	1			nr
washington	1			nom
want	1			nr
walter	1			nr
wallace	1			nr
vulnerable	1			adj
votã	1			nr
votã	1			nr

### Análisis del queísmo y el dequeísmo

La siguiente tabla muestra el análisis manual que se llevó a cabo para estudiar a la *youtuber* Kika Nieto.

**TABLA 5. RESULTADO DEL ANÁLISIS SOBRE LA ALTERNANCIA *DE QUE* EN LA *YOUTUBER* KIKA NIETO.**


Uso	Frecuencia	Formas utilizadas
<b>Dequeísmo</b>	<b>7</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sospechan de que este vídeo. (1)</li> <li>• De que funcione (1)</li> <li>• Como de que Kika está mal (1)</li> <li>• Contarle de que (1)</li> <li>• No es un tema de que las mujeres (1)</li> <li>• Depende de que (1)</li> <li>• Hablamos de que no puede (1)</li> </ul>
<b>Queísmo</b>	<b>28</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Enterarse que (3)</li> <li>• Darse cuenta que (10)</li> <li>• A pesar que (1)</li> <li>• Estar seguro que (4)</li> <li>• Consciente que (2)</li> <li>• Tratar que (1)</li> <li>• Tener certeza que (1)</li> <li>• Quejarse que (1)</li> <li>• A medida que (1)</li> <li>• Orgullosa que (1)</li> <li>• Percepción que (1)</li> <li>• Convencer que (1)</li> <li>• Estar feliz que (1)</li> </ul>

<b>Total:</b>	<b>35</b>
---------------	-----------

## 5.6 La Liendra

El análisis en Iramuteq del youtuber Mauricio Gómez presentó los siguientes resultados: se analizaron veinte textos que tuvieron 14577 ocurrencias, 1738 número de formas, 900 hápax y 733 ocurrencias por cada texto.

Dentro de las formas suplementarias la forma con más usos es el artículo *el* con 958 usos, seguido por la conjunción ***que***, con 641 usos, la preposición *a* empleada 604 veces, el pronombre *yo* utilizado 467 ocasiones, el verbo *ser* con 342 usos y en sexta posición la preposición ***de*** con 339 empleos.

Description La Liendra_corpus_2		La Liendra_stat_1	
Resumen	Formas activas	Formas suplementarias	Total
Hápax			
Forma	Frec. 	Tipos	
el	958	art_def	
que	641	con	
a	604	pre	
yo	467	pro_per	
y	408	con	
ser	342	ver_sup	
de	339	pre	
no	324	pre	
un	250	art_def	
en	228	pre	
él	187	pro_per	
n	181	sw	
este	137	pro_dem	
se	134	sw	
todo	134	adj_ind	
tener	129	ver_sup	
pero	126	con	
mío	117	pro_pos	
si	114	con	
ese	113	pro_dem	
para	112	pre	
s	107	sw	
por	102	pre	
porque	101	con	
como	100	con	
o	99	con	
con	97	pre	
haber	87	ver_sup	

Las formas utilizadas una sola vez presentaron los siguientes resultados: usos de nombres o sustantivos, algunos extranjerismos, verbos, construcciones con el fonema x y formas no reconocidas por el programa. Tales como: zanahoria, ángel, zona, Yesid, viral, virgen, volumen, voto, vuelo, xito, ximo, xica, wow, web, vamos, vueltica, violar.

Dentro de las formas no reconocidas es relevante la palabra vistima, una construcción que se volvió viral en las redes sociales gracias a una entrevista que realizaron a una mujer.



Esta palabra representa un elemento cultural o de comportamiento asociado a la palabra víctima y en internet, cuenta con imágenes, canciones e incluso vídeos en tono de burla.

Description La Liendra_corpus_2		La Liendra_stat_1
Resumen	Formas activas	Formas suplementarias
Total	Hápax	
Forma	Frec.	Tipos
ángel	1	nom
zona	1	nom
zanahoria	1	nom
yoser	1	nr
yesid	1	nr
yen	1	nom
yates	1	nr
xito	1	nr
ximo	1	nr
xica	1	nr
x	1	sw
wow	1	nr
web	1	nom
vvamos	1	nr
vueltica	1	nr
vuelo	1	nom
voto	1	nom
volã	1	nr
volviã	1	nr
volumen	1	nom
vivã	1	nr
vivo	1	adj
vivero	1	nom
vistima	1	nr
visitã	1	nr
visar	1	ver
virgen	1	nom
viral	1	nr
violar	1	ver

## Análisis del queísmo y el dequeísmo

La siguiente tabla muestra el análisis manual que se llevó a cabo para estudiar al *youtuber* La liendra.


**TABLA 6. RESULTADO DEL ANÁLISIS SOBRE LA ALTERNANCIA *DE QUE* EN EL *YOUTUBER* LA LIENDRA.**

Uso	Frecuencia	Ejemplos más utilizados
<b>Dequeísmo</b>	<b>58</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les cuento de que (50)</li> <li>• Decirles de que (1)</li> <li>• No pensé de que me iba a coger la tarde (1)</li> <li>• Mostrar de que yo tengo (1)</li> <li>• De verdad de que la gente le gusta hablar (1)</li> <li>• Así de que vamos a ver si lo logramos (1)</li> <li>• Yo amo de que los animales míos ya aprendieron a vivir juntos (1)</li> <li>• Y es de que hace una semana (1)</li> <li>• Dele de que pasa (1)</li> </ul>
<b>Queísmo</b>	<b>27</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Darse cuenta que (23)</li> <li>• Esperando que (1)</li> <li>• Luego que (1)</li> <li>• Estar seguro que (1)</li> <li>• Por más que este metido (1)</li> </ul>
<b>Total:</b>	<b>85</b>	

## 5.7 Lulu 99

Este análisis presenta las siguientes evidencias: 38755 ocurrencias, 2762 número de formas, 1293 número de hápax y 1845 ocurrencias por cada texto.

En las formas suplementarias también sobresale *el* artículo *el* con 2114 empleos, la conjunción ***que***, con 1731 usos, la preposición *a* utilizada 1543 veces, el pronombre *yo* con 1178 ocurrencias, el verbo *ser* con 1114 prácticas, y la preposición ***de*** con 1051 usos. Es de resaltar que en esta youtuber la preposición *de* también se encuentra en el sexto lugar de frecuencia.

Resumen	Formas activas	Formas suplementarias	Total
Forma	Frec. 	Tipos	
el	2114	art_def	
que	1731	con	
a	1543	pre	
yo	1178	pro_per	
ser	1144	ver_sup	
de	1051	pre	
no	881	pre	
y	878	con	
en	781	pre	
un	734	art_def	
como	591	con	
él	503	pro_per	
este	442	pro_dem	
n	429	sw	
mío	386	pro_pos	
s	384	sw	
se	369	sw	
por	355	pre	
ese	346	pro_dem	
o	335	con	
todo	333	adj_ind	
pero	327	con	
estar	293	ver_sup	
tener	280	ver_sup	
con	238	pre	
si	233	con	
porque	226	con	
para	195	pre	
haber	177	ver_sup	

En las formas hápax se encuentran en su mayoría formas no reconocidas como yale o vs (versus), nombres como voz, volumen, villa, videojuego, el apellido Villalobos, video, extranjerismos tales como what, woody, wang y los verbos verter y violar.

Es de relevancia mencionar que también se encuentran construcciones con el fonema X presentes también en los análisis ya explicados anteriormente, dentro de estos sobresalen las construcciones xito, ximos o el fonema x.

Resumen	Formas activas	Formas suplementarias	Total	Hápax x
Forma	Frec. ↓	Tipos		
yale	1	nr		
xito	1	nr		
ximos	1	nr		
x	1	sw		
woody	1	nr		
whats	1	nr		
watts	1	nr		
wang	1	nr		
vs	1	nr		
voz	1	nom		
votar	1	ver		
vomito	1	nr		
volverä	1	nr		
volvernos	1	nr		
volumen	1	nom		
volteä	1	nr		
viä	1	nr		
vistiera	1	nr		
visito	1	nr		
virtus	1	nr		
violar	1	ver		
villalobos	1	nr		
villa	1	nom		
videojuego	1	nom		
video	1	nom		
vicio	1	nom		
vestir	1	ver		
vestier	1	nr		
verter	1	ver		

## Análisis del queísmo y el dequeísmo

La siguiente tabla muestra el análisis manual que se llevó a cabo para estudiar a la *youtuber* Lulu 99.

**TABLA 7. RESULTADO DEL ANÁLISIS SOBRE LA ALTERNANCIA *DE QUE* EN LA *YOUTUBER* LULU 99.**

<b>Uso</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Formas utilizadas</b>
<b>Dequeísmo</b>	<b>11</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No de que estabas haciendo tarea (1)</li> <li>• De que me habían internado (1)</li> <li>• De que las mantenían amenazadas (1)</li> <li>• De que las iban a publicar (1)</li> <li>• De que se cierra la puerta (1)</li> <li>• Pensó de que (1)</li> <li>• De que me morí (1)</li> <li>• De que ganaba siete millones (1)</li> <li>• De que a los 17 seguía haciendo vídeos (1)</li> <li>• De que está embarazada (1)</li> <li>• Pónganse a pensar de que es una niña (1)</li> </ul>
<b>Queísmo</b>	<b>54</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Darse cuenta que (17)</li> <li>• Estar segura que (31)</li> <li>• A medida que (2)</li> <li>• Enterarse que (2)</li> <li>• Convencida que (2)</li> </ul>
<b>Total:</b>	<b>65</b>	

## 5.8 PauTips

Las transcripciones en Iramuteq de la *youtuber* Paula Galindo o PauTips, presentaron 56177 ocurrencias, 4285 número de formas, 2259 número de hápax y 2808 medida de ocurrencias por cada texto.

Con respecto a las formas suplementarias el artículo *el* vuelve a ser la forma más utilizada con una ocurrencia de 3281 usos, seguido por la conjunción ***que***, con una frecuencia de 2451, la preposición *a* con 1845 empleos, la conjunción *y* utilizada 1826 veces y la preposición ***de*** con 1772 usos. También se encuentran en las primeras posiciones el verbo *ser* y el pronombre *yo*.

Description PauTips_corpus_1		PauTips_stat_1
Resumen	Formas activas	Formas suplementarias
Forma	Frec. ↓	Tipos
el	3281	art_def
que	2451	con
a	1845	pre
y	1826	con
de	1772	pre
ser	1553	ver_sup
yo	1383	pro_per
un	1315	art_def
en	1151	pre
no	932	pre
este	845	pro_dem
como	823	con
n	759	sw
todo	550	adj_ind
s	548	sw
tener	532	ver_sup
para	521	pre
él	477	pro_per
con	473	pre
se	456	sw
pero	445	con
ese	391	pro_dem
porque	389	con
estar	384	ver_sup
por	357	pre
haber	355	ver_sup
mío	340	pro_pos
entonces	338	adv_sup
si	329	con

En las formas utilizadas una sola vez por Pautips se presentan solamente formas no reconocidas por el programa. En estas se presenta una variación de la palabra zombi, utilizando zombie. También formas no reconocidas como zlatan, yoshida, yogi, yale ó ximamente.

De igual manera sobresalen los extranjerismos provenientes del inglés y del francés, dentro de estos se encuentran wow, wrap, without, wing, windows, wind, wildemess, wiki, when, weinstein o zigzag.



Asimismo, el diminutivo *zapatitos* es una forma no reconocida en el programa, lo que permite deducir que el uso de estos es una costumbre del español.

Description PauTips_corpus_1		PauTips_stat_1 ×		
Resumen	Formas activas	Formas suplementarias	Total	Hápax ×
Forma	Frec. ↓	Tipos		
zoom	1	nr		
zombie	1	nr		
zombi	1	nr		
zlatan	1	nr		
zig	1	nr		
zapatitos	1	nr		
zag	1	nr		
youtubers	1	nr		
yourself	1	nr		
yoshida	1	nr		
yogures	1	nr		
yogi	1	nr		
yates	1	nr		
yale	1	nr		
xunta	1	nr		
ximamente	1	nr		
wrap	1	nr		
wow	1	nr		
without	1	nr		
wing	1	nr		
windows	1	nr		
wind	1	nr		
wilderness	1	nr		
wiki	1	nr		
wii	1	nr		
whisky	1	nr		
werner	1	nr		
wen	1	nr		

## **Análisis del queísmo y el dequeísmo**

La siguiente tabla muestra el análisis manual que se llevó a cabo para estudiar a la *youtuber* PauTips.

**TABLA 8. RESULTADO DEL ANÁLISIS SOBRE LA ALTERNANCIA *DE QUE* EN LA *YOUTUBER* PAUTIPS.**

Uso	Frecuencia	Formas utilizadas
<b>Dequeísmo</b>	<b>5</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estos de que cuando una relación deja de ser privada (1)</li> <li>• En la fuerza que tú creas de que hay ciclos (1)</li> <li>• De que seguimos con unos tacos (1)</li> <li>• De que esta superación (1)</li> <li>• De que me estaba sintiendo mal (1)</li> </ul>
<b>Queísmo</b>	<b>25</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estar seguro que (2)</li> <li>• A menos que (1)</li> <li>• Darse cuenta que (13)</li> <li>• Además, que (5)</li> <li>• Esperanza que (1)</li> <li>• Insistir que (1)</li> <li>• Ser conscientes que (1)</li> <li>• A medida que (1)</li> </ul>
<b>Total:</b>	<b>30</b>	

## 5.9 Paulette


Este análisis evidencia 77840 ocurrencias por todos los textos, 5162 número de formas, 2488 formas empleadas una sola vez y 3892 media de ocurrencias por texto.

En las formas suplementarias nuevamente sobresale el artículo el con 4760 usos y la conjunción que con 4265 frecuencias. Es de suma importancia aclarar que lo notable de este análisis es que la preposición *de* ocupa de nuevo las primeras posiciones, en este caso se encuentra de tercera y es utilizada 3126 veces. Igualmente sobresale la preposición a con una frecuencia de 2756, la conjunción y con 2359 y el verbo ser utilizado 1895 veces.

Description Paulette_corpus_3		Paulette_stat_1 x
Resumen	Formas activas	Formas suplementarias x Total Hápax
Forma	Frec. ↓	Tipos
el	4760	art_def
que	4265	con
de	3126	pre
a	2756	pre
y	2359	con
ser	1895	ver_sup
un	1662	art_def
en	1623	pre
n	1369	sw
no	1087	pre
como	1082	con
se	973	sw
este	958	pro_dem
s	749	sw
yo	689	pro_per
suyo	683	pro_pos
para	611	pre
por	609	pre
haber	599	ver_sup
con	594	pre
pues	552	con
o	550	con
muy	514	adv_sup
pero	512	con
ese	508	pro_dem
todo	488	adj_ind
tener	409	ver_sup
estar	400	ver_sup
porque	366	con

Por su parte Paulette utiliza las siguientes formas hápax: el uso de nombres ángel, Zamora, yerno o William. Cantidad exorbitante de formas no reconocidas debido a que son extranjerismos del inglés tales como young, you, jersey, year, yankees, world, words, witch, winston, winchester, williams o white.

En este caso preciso el uso de extranjerismos se debe al contenido que vende la *youtuber*, pues en sus videos presenta casos paranormales, asesinatos o documentales que, en su mayoría, son basados en hechos reales de Estados Unidos o Inglaterra. Por esto no es raro que dentro de las formas hápax se presenten algunos nombres o apellidos, lugares o construcciones propias de estas culturas.

Forma	Frec. 	Tipos
ángel	1	nom
zil	1	nr
zhenli	1	nr
zbc	1	nr
zamora	1	nom
zame	1	nr
yoyo	1	nr
young	1	nr
you	1	nr
yola	1	nom
jersey	1	nr
verno	1	nom
years	1	nr
year	1	nr
yankees	1	nr
xxi	1	nr
xicas	1	nr
wynne	1	nr
world	1	nr
words	1	nr
witch	1	nr
winston	1	nr
winchester	1	nr
williams	1	nr
william	1	nom
will	1	nr
wikileaks	1	nr
white	1	nr
westwood	1	nr

## **Análisis del queísmo y el dequeísmo**

La siguiente tabla muestra el análisis manual que se llevó a cabo para estudiar a la *youtuber* Paulette.

<b>TABLA 9. RESULTADO DEL ANÁLISIS SOBRE LA ALTERNANCIA <i>DE QUE</i> EN LA <i>YOUTUBER PAULETTE</i>.</b>		
<b>Uso</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Formas utilizadas</b>
<b>Dequeísmo</b>	<b>4</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Era muchísimo de que se consideraba (1)</li> <li>● Los vecinos de que escucharon ruidos (1)</li> <li>● Hablaba de que había cuerpos (1)</li> <li>● Historias de que pasan en estas paredes (1)</li> </ul>
<b>Queísmo</b>	<b>26</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Darse cuenta que (13)</li> <li>● Convencida que (1)</li> <li>● Idea que (4)</li> <li>● Enterarse que (4)</li> <li>● Además, que (3)</li> <li>● Estar segura que (1)</li> </ul>
<b>Total:</b>	<b>30</b>	

### 5.10 Sofía Castro

Las transcripciones de Sofía Castro presentaron 43046 ocurrencias, 3599 número de formas, 1859 número de hápax y 2152 media de ocurrencias por cada texto.

En las formas suplementarias el artículo *el* es el más utilizado con una frecuencia de 2607, la conjunción *que*, utilizada 1880 veces, el pronombre *yo* empleado 1732 ocurrencias, la preposición *a* con una frecuencia de 1356, el verbo *ser* con 1215 prácticas, y la preposición *de* con 1209 usos. En este análisis la preposición también es frecuentada en la sexta posición.

Resumen	Formas activas	Formas suplementarias	Total
Forma	Frec. ↓	Tipos	
el	2607	art_def	
que	1880	con	
yo	1732	pro_per	
a	1356	pre	
ser	1215	ver_sup	
de	1209	pre	
no	970	pre	
un	769	art_def	
en	695	pre	
n	457	sw	
como	456	con	
pero	443	con	
este	437	pro_dem	
él	437	pro_per	
tener	433	ver_sup	
porque	428	con	
por	407	pre	
s	392	sw	
mío	390	pro_pos	
tú	373	pro_per	
con	361	pre	
todo	356	adj_ind	
se	311	sw	
ese	286	pro_dem	
haber	269	ver_sup	
para	245	pre	
estar	234	ver_sup	
si	229	con	
muy	225	adv_sup	

En las formas hápax sobresalen sustancialmente las siguientes formas no reconocidas: zelaya, yaco o voros. También construcciones con el fonema x como xito, xima, xian, xx. Extranjerismos del inglés willy, white, wet, web, what, walter, walk, voice o wake. Se presenta el uso de verbos como votar o vomitar.

Asimismo, es importante mencionar que Sofía Castro utiliza la palabra *youtuber* o *youtubers* para referirse a la población que la representa.



Description Paulette_corpus_3   Paulette_stat_1   Description Sofía Castro.			
Resumen	Formas activas	Formas suplementarias	Total
Hápax			
Forma	Frec. ↓	Tipos	
zelaya	1	nr	
youtuber	1	nr	
yogur	1	nom	
yema	1	nom	
yates	1	nr	
yandel	1	nr	
yaco	1	nr	
xx	1	nr	
xima	1	nr	
xian	1	nr	
willy	1	nr	
wii	1	nr	
why	1	nr	
white	1	nr	
wet	1	nr	
well	1	nr	
webb	1	nr	
we	1	nr	
way	1	nr	
walter	1	nr	
walk	1	nr	
wake	1	nr	
wafali	1	nr	
voto	1	nom	
votar	1	ver	
voros	1	nr	
vomitár	1	ver	
volcã	1	nr	
voice	1	nr	

## Análisis del queísmo y el dequeísmo

La siguiente tabla muestra el análisis manual que se llevó a cabo para estudiar a la *youtuber* Sofía Castro.

**TABLA 10. RESULTADO DEL ANÁLISIS SOBRE LA ALTERNANCIA *DE QUE* EN LA YOUTUBER SOFÍA CASTRO.**

Uso	Frecuencia	Formas utilizadas
<b>Dequeísmo</b>	<b>6</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Digo de que uno llega como creyendo. (1)</li> <li>• Es de que si lo hizo (1)</li> <li>• En realidad de que yo tengo salud (1)</li> <li>• De que yo no recuerdo (1)</li> <li>• De que igual me sigo viendo (1)</li> <li>• Somos de que tú lo pides (1)</li> </ul>
<b>Queísmo</b>	<b>16</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aparte que (2)</li> <li>• Estar seguro que (3)</li> <li>• Darse cuenta que (10)</li> <li>• Idea que (1)</li> </ul>
<b>Total:</b>	<b>22</b>	

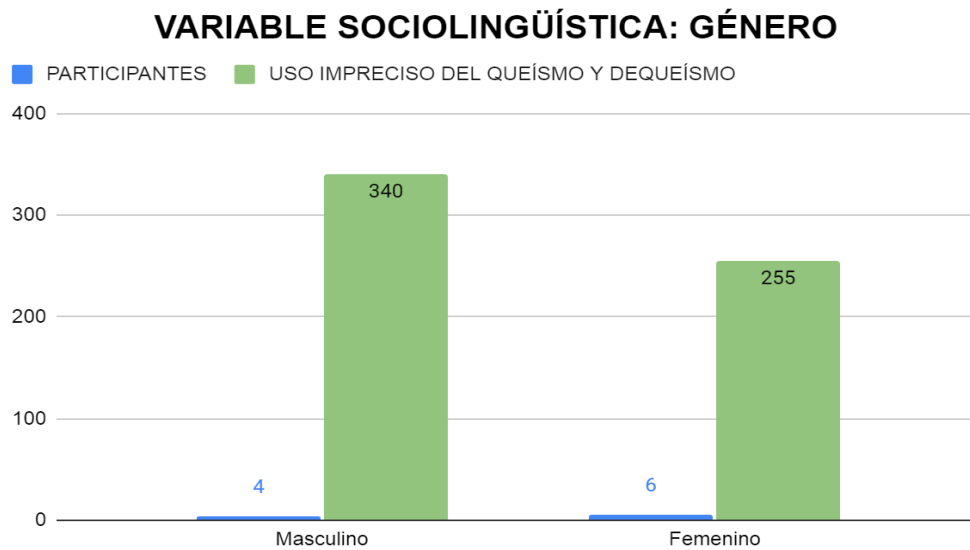
## **5.11 Análisis de las variables sociales**

### **5.11.1 Género**

El análisis en cuanto al uso del queísmo y el dequeísmo en la variable sociolingüística de género evidenció los siguientes datos:

- En el género masculino se ubican 4 *youtubers* hombres, los cuales, al unificarlos utilizan imprecisamente el queísmo y el dequeísmo 340 veces.
- En el género femenino se ubican 6 *youtubers* mujeres (si contamos a Callé y Poché separadamente serían 7), que al unificarlas presentan 255 usos imprecisos del queísmo y el dequeísmo.
- Se presenta una diferencia de 85 usos del fenómeno estudiado, siendo el género masculino el portador de más usos imprecisos.

Obsérvese la gráfica:



**Gráfica 1**

### 5.11.2 Clase social

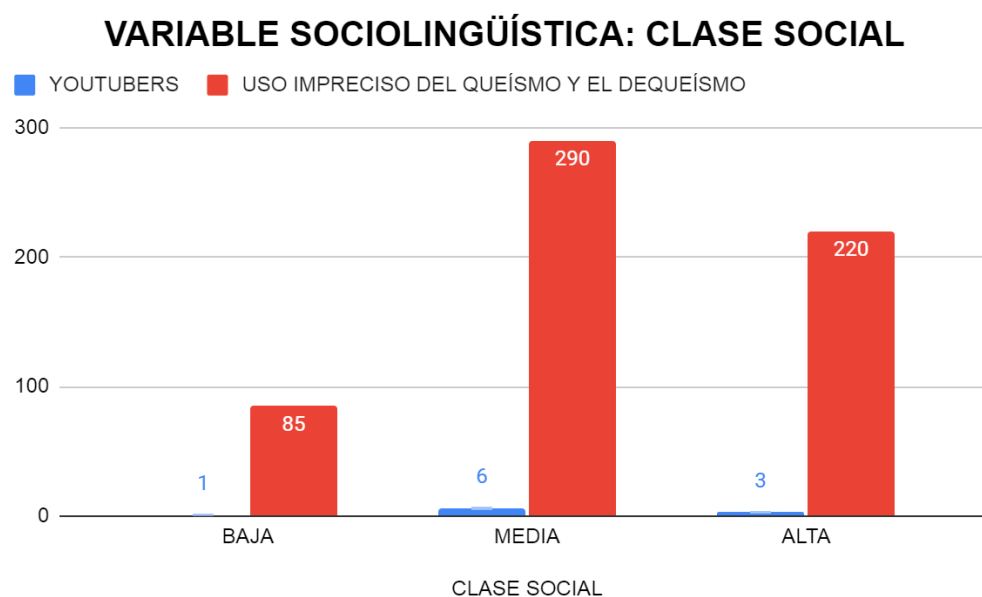
Para analizar la variable sociolingüística de clase social, se agruparon los *youtubers* según su procedencia u origen socioeconómico, esto debido a que si agrupamos a los *youtubers* según la posición social que tienen actualmente todos serían clase alta.

Se agruparon de la siguiente manera:

- Clase baja: La Liendra
- Clase Media: Ami Rodríguez, El Mindo, Sofía Castro, Paulette, Kika Nieto y Lulu 99.
- Clase Alta: Calle y Poché, Juan Pablo Jaramillo y PauTips.

El análisis demuestra que la clase social que presenta más usos imprecisos es la media, pues en esta se agrupan mayor cantidad de *youtubers*. Asimismo, la clase que presenta menos usos es la baja porque solo se manifiesta en un *youtuber*; y en frecuencia media se encuentra la clase alta con tres *youtubers*. En total, son 595 usos imprecisos.

Obsérvese la siguiente gráfica:



**Gráfica 2**

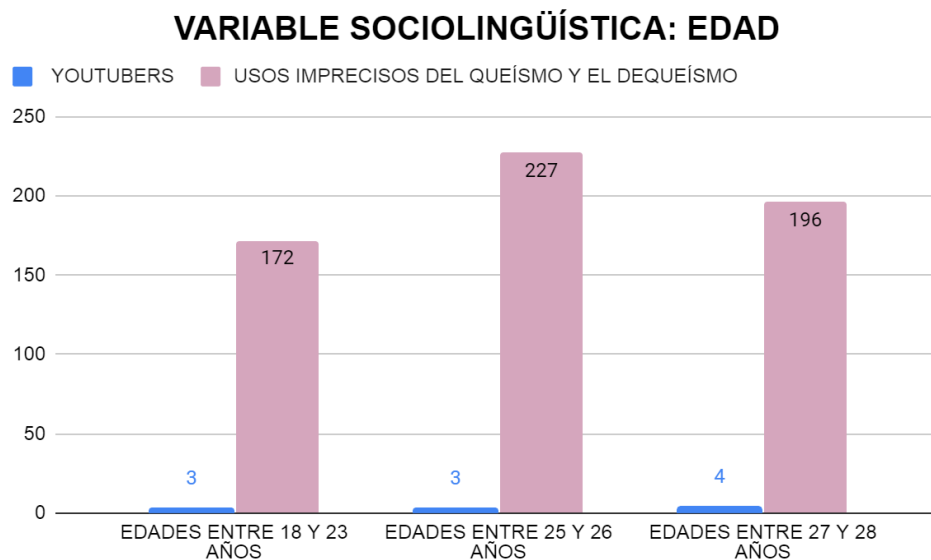
### 5.11.3 Edad

En la variable sociolingüística de edad, los *youtubers* se agruparon de la siguiente manera:

- Edades entre 18 y 23 años: Lulú 99 con 18 años de edad, La Liendra con 21 años de edad y Sofía Castro con 23 años de edad.
- Edades entre 25 y 26 años: Calle y Poché (25 y 26 años de edad respectivamente), Ami Rodríguez 26 años de edad y PauTips 26 años de edad.
- Edades entre 27 y 28 años: Paulette 27 años de edad, Juan Pablo Jaramillo con 27 años de edad, El Mindo con 28 años de edad y Kika Nieto con 28 años de edad.

El análisis demuestra que, en la variable sociolingüística de edad, las edades entre 25 y 26 años de edad presentan las mayores imprecisiones lingüísticas en cuanto al uso del queísmo y el dequeísmo con 227 usos. Esto también es debido a que en este grupo de edad se encuentra el *youtuber* Ami Rodríguez, quien presenta el mayor uso de imprecisiones.

Así, el rango de edad entre 18 y 23 años es el menos afectado pues oscila en 172 usos; y el rango entre 27 y 28 de edad presenta 196 empleos.



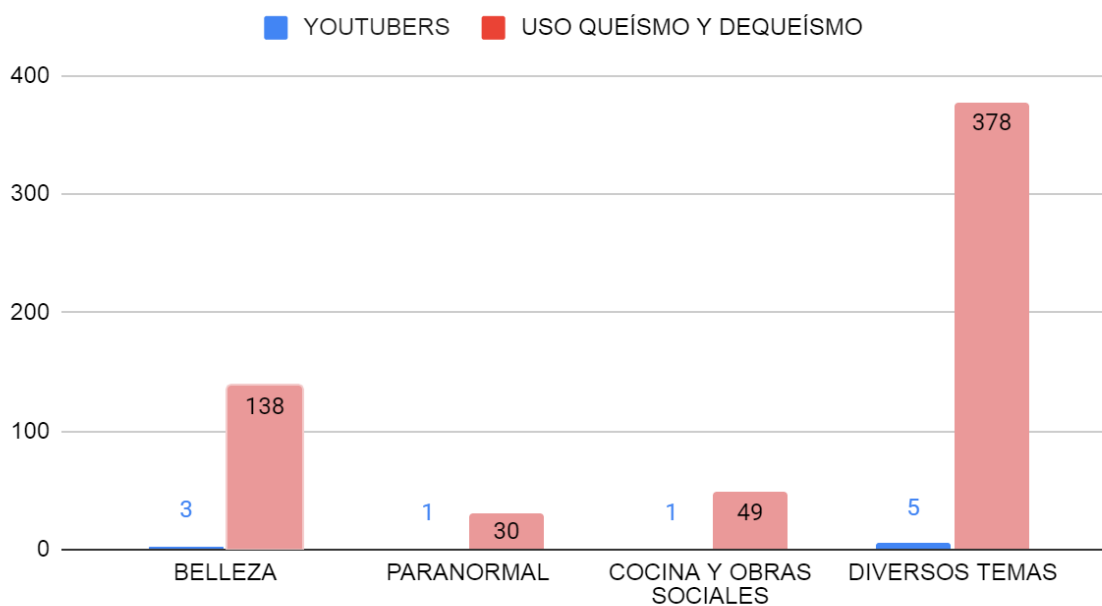
**Gráfica 3**

#### 5.11.4 Mercado lingüístico

Esta variable sociolingüística es variada, pues los *youtubers* se ocupan de diferentes temas. Su contenido se centra en diferentes temáticas, se agrupan del siguiente modo:

- Belleza: PauTips, Calle y Poché, Kika Nieto.
- Paranormal: solo se encuentra la *youtuber* Paulette.
- Cocina y obra sociales: solo se encuentra el *youtuber* El Mindo
- Diversos temas: Ami Rodríguez, Lulu 99, Sofía Castro, Juan Pablo Jaramillo, La Liendra.

## VARIABLE SOCIOLINGÜÍSTICA: MERCADO LINGÜÍSTICO



Gráfica 4

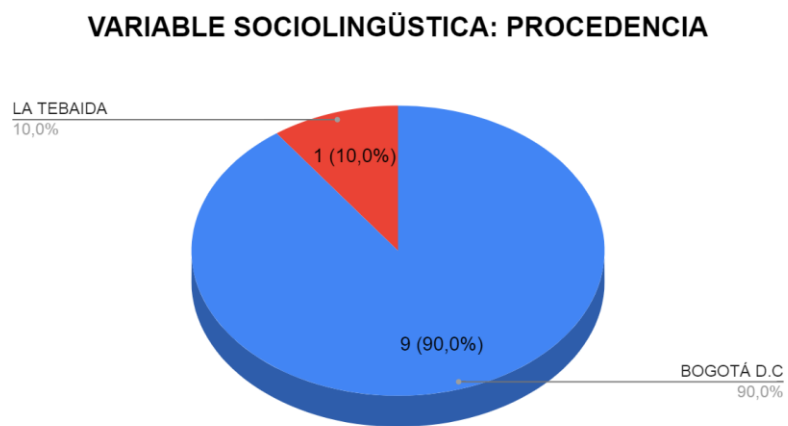
### 5.11.5 Procedencia

La procedencia de los youtubers está marcada por dos características fundamentales:

- Nueve *youtubers* nacieron en una ciudad capital y principal de Colombia. De la siguiente manera: En Bogotá D.C nacieron Ami Rodríguez, Calle y Poché, PauTips, Kika Nieto, Sofía Castro y Paulette; en la capital del Valle del Cauca, Cali, nacieron El Mindo y Juan Pablo Jaramillo.



- Solo un youtuber proviene de una ciudad no capital e importante, específicamente en un municipio del departamento del Quindío, se llama La Tebaida. En este municipio nació La Liendra.



**Gráfica 5**

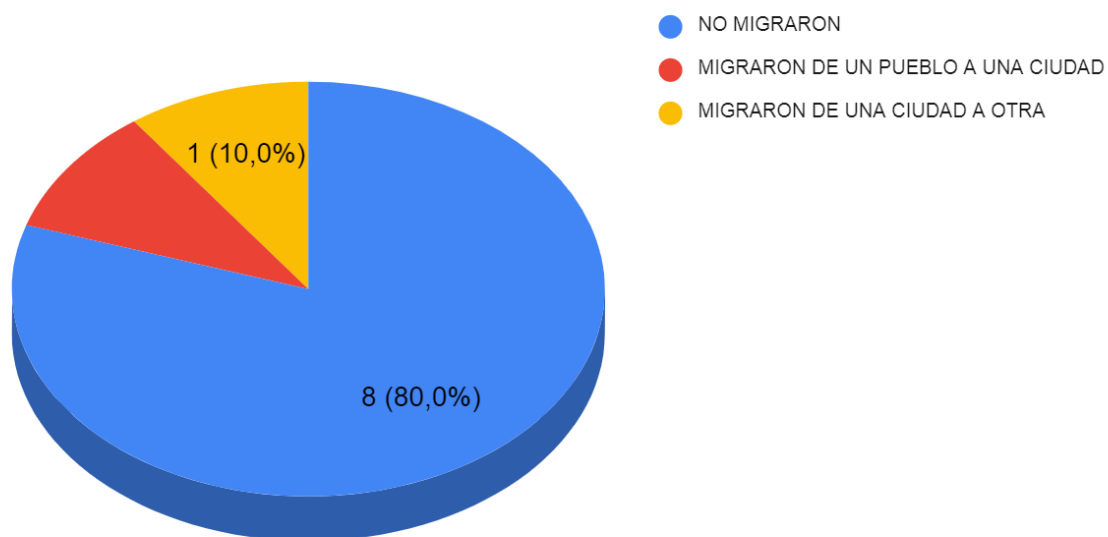
Sin embargo, aunque nueve *youtubers* nacieron en una ciudad capital y uno en un municipio, en dos de ellos se presentó una migración a otra ciudad capital, esto debido a problemas económicos, familiares y laborales.

Se presenta la migración de la siguiente manera:

- El *youtuber* La Liendra migró del municipio de La Tebaida hacia Pereira. Actualmente reside en Pereira y Medellín.

- El *youtuber* Juan Pablo Jaramillo nació en Cali, pero se mudó a Bogotá D.C en donde vive actualmente.

### VARIABLE SOCIOLINGÜÍSTICA: PROCEDENCIA

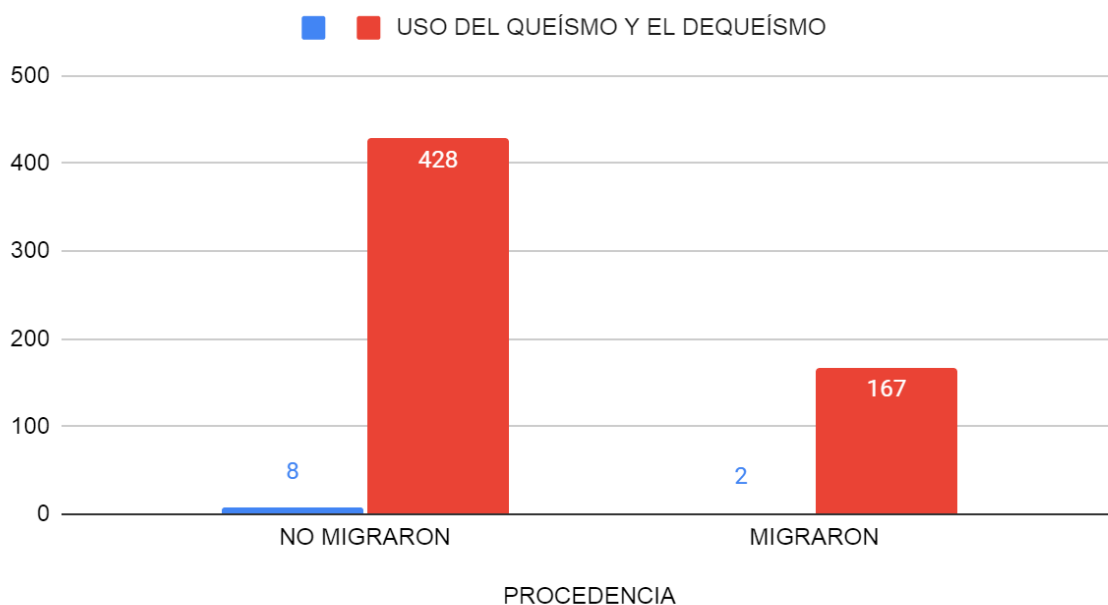


**Gráfica 6**

Finalmente, en la variable sociolingüística de procedencia se evidencia el uso impreciso del queísmo y el dequeísmo. Lógicamente, los *youtubers* que no migraron presentan más usos imprecisos, pues son 8 en total; y los *youtubers* que sí migraron presentan menos usos, ya que solo son 2.

Véase la siguiente gráfica:

### PROCEDENCIA Y USO DEL QUEÍSMO Y EL DEQUEÍSMO



**Gráfica 7**

#### **5.11.6 Nivel educativo**

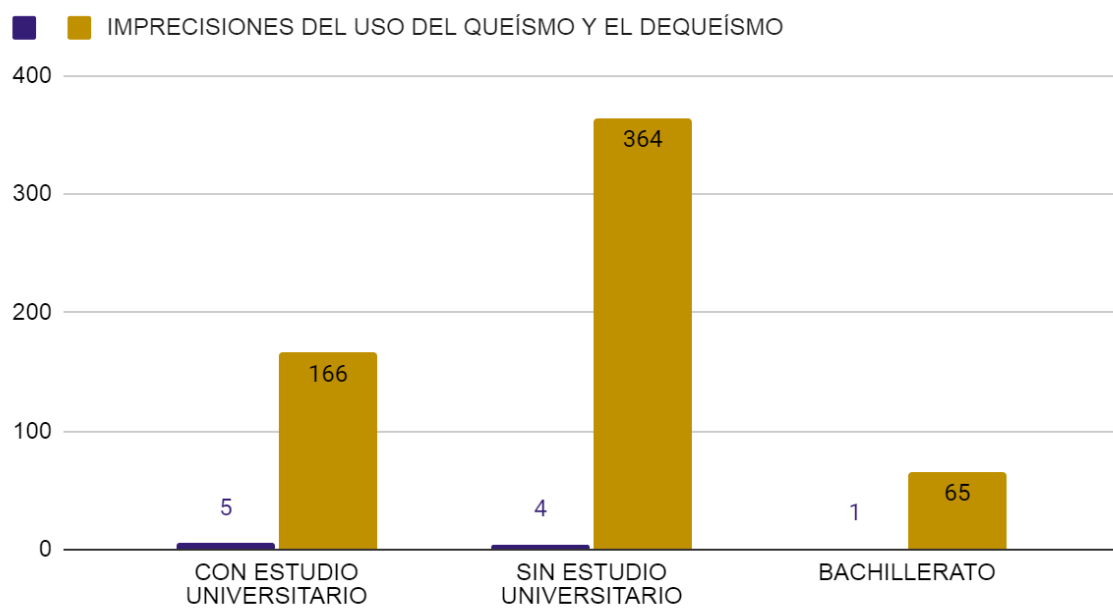
La variable sociolingüística de nivel educativo es la que más nos debe ocupar. En esta se evalúa cómo el nivel educativo influye en los usos imprecisos e indebidos del uso del queísmo y el dequeísmo por parte de la población estudiada.

En este sentido, esta variable presenta las siguientes características:

- El nivel de educación de Bachillerato es el que presenta menos usos imprecisos, esto se debe a que solo una *youtuber* se encuentra en este rango. Ella es Lulu 99 y actualmente está estudiando virtualmente sus estudios secundarios.
- El nivel de educación *Profesional o Con estudios universitarios* posee 166 imprecisiones por parte de cinco *youtubers*. Se agrupan de la siguiente manera: El Mindo es comunicador social, Paulette es comunicadora social con énfasis en audiovisual, Kika Nieto es diseñadora gráfica, Pautips es profesional en negocios internacionales y Sofía Castro estudió artes escénicas (actuación).
- El nivel de educación *Sin estudios universitarios o no profesionales* presenta el mayor uso impreciso e incorrecto de los fenómenos del queísmo y el dequeísmo, este refleja 364 imprecisiones. Este grupo lo conforman cuatro *youtubers*: Ami Rodríguez, Juan Pablo Jaramillo, Calle y Poché, La Liendra.

Obsérvese la siguiente gráfica:

## VARIABLE SOCIOLINGÜÍSTICA: EDUCACIÓN



**Gráfica 8**

## 6. Conclusiones

Al finalizar este Trabajo de Grado se evidencia que el queísmo y el dequeísmo está presente en todas las transcripciones analizadas, pues en cada vídeo y transcripción se observa el uso de estos fenómenos. De la siguiente manera:

Primero, el uso del queísmo y el dequeísmo por parte de los *youtubers* e *instagramers* es de manera inconsciente, pues ellos afirman que sus vídeos son editados para unir tomas, agregar efectos especiales o corregir problemas de dicción. Por lo tanto, al momento de realizar la edición, no se percatan de las imprecisiones y suben sus vídeos a las redes sociales.

Segundo, el nivel educativo sí es un factor determinante para el uso correcto de la lengua estándar, pues los *youtubers* e *instagramers* sin educación superior (Ami Rodríguez, Juan Pablo Jaramillo, Calle y Poché, La Liendra, Lulu 99) presentan más imprecisiones en el uso de las normas gramaticales, mientras que los *youtubers* con un nivel de educación superior (El Mindo, Pautips, Paulette, Kika Nieto, Sofía Castro) evidencian un rango menor de usos imprecisos.

Tercero, el género que presenta más imprecisiones en el uso del queísmo y el dequeísmo es el masculino, con un rango de 340 imprecisiones; mientras que el género femenino presenta un rango de 255 usos imprecisos.

Cuarto, el análisis demuestra que la clase social que presenta más usos imprecisos es la media, agrupada por seis *youtubers*, y con una frecuencia de 290 usos imprecisos; la clase social que ocupa el segundo lugar es la clase alta, siendo representada por tres *youtubers* y con una frecuencia de 220 usos; y la clase baja presenta menos usos imprecisos pues solo es representada por un *instagramer* y posee una frecuencia de 85 usos imprecisos. Es necesario aclarar que esta población se agrupó teniendo en cuenta su nivel socioeconómico familiar y antes de publicar vídeos, pues si fuera de esta manera todos los *youtubers* e *instagramers* estarían agrupados en la clase social alta.

Quinto, la variable sociolingüística de edad demuestra que las edades comprendidas entre 25 y 26 años poseen el mayor rango de usos imprecisos con una frecuencia de 227 usos. Mientras que las edades el rango de edades entre 18 y 23 años posee la menor frecuencia con 196 usos imprecisos.

Sexto, el mercado lingüístico al que responden los *youtubers* e *instagramers* es variado, tres *youtubers* se ocupan de temas de belleza, una *youtuber* se ocupa de temas paranormales, uno se ocupa de cocina y obras sociales, y cinco se ocupan de temas diversos como vestimenta, sociedad, juegos y retos.

Séptimo, la variable sociolingüística de procedencia posee las siguientes características: la primera, siete *youtubers* nacieron en la capital de Colombia, Bogotá; la segunda, dos *youtubers* nacieron en la capital del Valle del Cauca, Cali; la tercera, un

youtuber nació en un municipio no capital del departamento del Quindío, La Tebaida; cuarto, los *youtubers* Juan Pablo Jaramillo y La Liendra sufrieron un proceso de migración hacia una ciudad capital; sexto, los *youtubers* e *instagramers* que no migraron presentaron 428 usos imprecisos, mientras los que sí migraron presentaron 167 usos imprecisos.

Por otra parte, es conveniente señalar que esta investigación permite evaluar el poder que las redes sociales ejercen en los estudiantes colombianos, pues estos son el público objetivo de los *youtubers* e *instagramers* y su contenido es de especial interés para las sociedades actuales.

Finalmente, como docentes debemos estar en: capacidad de vincular las redes sociales a la enseñanza pues estas producen efectos en los estudiantes de manera notoria; constante actualización en nuestra forma de ver e interpretar el mundo y de concebir la educación; debemos comprender que las redes sociales y los *youtubers* e *instagramers* también enseñan pues sus contenidos permean todas las masas.



## 7. Referencias bibliográficas:

Almeida, M. (1999). *Sociolingüística*. Universidad de la Laguna.

Almeida, M. (2009). *(De)queísmo y variación sociolingüística en una comunidad urbana canaria*.

Instituto de Lingüística «Andrés Bello», Universidad de La Laguna.

<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3284242.pdf>

Areiza, R., Cisneros, M. y Tabares, L.E. (2012). *Sociolingüística: enfoques pragmático y*

*variacionista*. Ecoe Ediciones. [https://www.ecoedediciones.com/wp-](https://www.ecoedediciones.com/wp-content/uploads/2015/08/Sociolinguistica-Enfoques-pragmatico-y-variacionista.pdf)

[content/uploads/2015/08/Sociolinguistica-Enfoques-pragmatico-y-variacionista.pdf](https://www.ecoedediciones.com/wp-content/uploads/2015/08/Sociolinguistica-Enfoques-pragmatico-y-variacionista.pdf)

Barros Bastida, C. y Barros Morales, R. (2015). *Los medios audiovisuales y su influencia en la educación desde alternativas de análisis*. Revista Universidad y Sociedad [seriada en línea], 7 (3).

pp. 26-31. <http://rus.ucf.edu.cu/>

Benavides, L.Y. y Ramírez, E.S. (2011). Análisis de las variaciones lexicales del habla rural y urbana del Municipio de Pereira. Universidad Tecnológica de Pereira.

<http://repositorio.utp.edu.co/dspace/handle/11059/1883>

Bentivoglio, Paola (1980-1981): “El dequeísmo en Venezuela, ¿un caso de ultracorrección?”,

Boletín de Filología de la Universidad de Chile XXXI. (Homenaje a Ambrosio Rabanales), 705-719.

Bentivoglio, Paola y Dexy Galué (1998-99), “Ausencia y presencia de la preposición de ante cláusulas encabezadas por qué en español: un análisis variacionista” Boletín de Filología de la Universidad de Chile XXXVII, 139-159

Bloomfield, L. (1933). *Language*. Holt, Rinehart and Winston. In

Camus Bergareche, B. (2013), "On Deísmo. Another Case of Variation in Spanish

Company Company, C. (2013), "La inevitable relatividad de la norma gramatical. Cambio lingüístico y valoración social", Gramática descriptiva y gramática normativa, L. Gómez Torrego (ed.), número monográfico de la revista Español Actual, Madrid: Arco Libros, 11-37.

Currie, H. (1952). *A projection of socio-linguistics: The relationship of speech to social status*. The Southern Speech Journal. <https://doi.org/10.1080/1041794520937124>

De Mello, George (1995): "El dequeísmo en el español hablado contemporáneo: ¿un caso de independencia semántica?", Hispanic Linguistics 6/7, 117-152

De Saussure, F. (1916). Curso de lingüística general. Losada.  
[http://fba.unlp.edu.ar/lenguajemm/?wpfb\\_dl=59](http://fba.unlp.edu.ar/lenguajemm/?wpfb_dl=59)

Franco, D. F. (2013). Caracterización de los códigos sociolingüísticos de los estudiantes de grado 6B de la Institución Educativa Manos Unidas de la ciudad de Pereira. Universidad Tecnológica de Pereira. <http://repositorio.utp.edu.co/dspace/handle/11059>

Fumero, A. Roca, G. y Sáez, F. (2007). Web 2.0. Fundación Orange.  
[https://www.researchgate.net/publication/250197425\\_Web\\_20\\_Antonio\\_Fumero\\_Genis\\_Roca\\_y\\_Fernando\\_Saez\\_Vacas](https://www.researchgate.net/publication/250197425_Web_20_Antonio_Fumero_Genis_Roca_y_Fernando_Saez_Vacas)

García, Érica C. (1986): "El fenómeno (de)queísmo desde una perspectiva dinámica del uso comunicativo de la lengua", en J. Moreno de Alba (ed.), Actas del II Congreso Internacional sobre el español de América, México: Universidad Nacional Autónoma de México, 46-65.

Gómez Torrego, Leonardo (1991), "Reflexiones sobre el "dequeísmo y el queísmo" en el español de España", español actual. Revista de español vivo, N.º 55, 23-44.

Gómez Torrego, Leonardo (1999): "La variación en las subordinadas sustantivas: dequeísmo y queísmo", en I. Bosque y V. Demonte (directores), Gramática descriptiva de la lengua española. 2. Las construcciones sintácticas fundamentales. Relaciones temporales, aspectuales y modales, Madrid, Real Academia Española/Espasa, Tomo II, cap. 34, 2105-2148.

Guirado, K. (2006). Deixis proposicional en el habla de Caracas: Un análisis cuantitativo del (DE)QUEÍSMO. Boletín de Lingüística, 18(26), 130-156.  
[http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0798-97092006000200005&lng=es&tlng=](http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0798-97092006000200005&lng=es&tlng=)

Guzmán Naranjo, M. (2013), "La subjetivización del *de que* en el español de Colombia", Linguamática Vol. 5 Núm. 2, 79-89.

Labov, W. (1966). The social stratification of English in New York City.  
[https://pdfs.semanticscholar.org/8bb1/eb820fa0066b53c91241112d303489240f2b.pdf?\\_ga=2.231005015.953767183.1603119567-1520353043.1603119567](https://pdfs.semanticscholar.org/8bb1/eb820fa0066b53c91241112d303489240f2b.pdf?_ga=2.231005015.953767183.1603119567-1520353043.1603119567)

Labov, W. (1983). Modelos sociolingüísticos. Cátedra.  
<http://pdfhumanidades.com/sites/default/files/apuntes/Labov%20modelos%20sociolinguisticos.pdf>

López, C. (2014). Capítulo 1: El análisis del discurso como disciplina teórica. En *Análisis del discurso* (pp. 13 – 27). Síntesis.

Martínez L., José A (2012), Reseña de Guirado, Kristel (2009). (De)queísmo: uso deíctico y distribución social en el habla de Caracas. Caracas, Universidad Central de Venezuela, 2009. En Boletín de Lingüística XXIV, 37-38.

Mc Lauchlan, J. (1982). Dequeísmo y queísmo en el habla culta de Lima. Lexis, 6 (1), 11-55.  
<http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/lexis/article/view/4819>

Millán Chivite, A. (1994), "Estrategias didácticas para el reconocimiento del dequeísmo y del queísmo" en S. Montesa y Pedro Gomis Blanco (eds.) Actas del V Congreso Internacional de ASELE, Santander, 59-69.

Millán Chivite, A. (1999-2000), "Queísmo y Dequeísmo en los alumnos de la facultad de Filología de la Universidad de Sevilla", Cauce. Revista de Filología y su didáctica N. 22-23, 495-518.

Molina Neira, Josué. (2017). Tutorial para el análisis de textos con el software IRAMUTEQ.

[https://www.researchgate.net/publication/315696508\\_Tutorial\\_para\\_el\\_analisis\\_de\\_textos\\_con\\_el\\_software\\_IRAMUTEQ/citation/download](https://www.researchgate.net/publication/315696508_Tutorial_para_el_analisis_de_textos_con_el_software_IRAMUTEQ/citation/download)

Moral, G. del (2008), "Spanish dequeísmo: A case study in subjectification" Nueva Revista de Lenguas Extranjeras 10, 183-214

Naciones Unidas (Consejo de derechos humanos). (2016). *Promoción, protección y disfrute de los derechos humanos en Internet*. <https://undocs.org/es/A/HRC/32/L.20>

Náñez Fernández, Emilio (1984): "Sobre dequeísmo", Revista de Filología Románica 2: 239-248.

O'Reilly, T. *What is web 2.0*. O'Reilly Media. <https://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html>

Rabanales, Ambrosio (1966), "Las funciones gramaticales", Boletín de Filología. Universidad de Chile XVIII, 235-276.

Rabanales, Ambrosio (1974), "Queísmo y dequeísmo en el español de Chile", en Estudios filológicos y lingüísticos. Homenaje a Ángel Rosenblat, Caracas, Instituto Pedagógico, 413-444.

Real Academia Española. (2005). Queísmo. En *Diccionario panhispánico de dudas*. Consultado el 15 de mayo de 2020. <https://www.rae.es/dpd/que%C3%ADsmo>

Real Academia Española. (2005). Dequeísmo. En *Diccionario panhispánico de dudas*. Consultado el 15 de mayo de 2020. <https://www.rae.es/dpd/deque%C3%ADsmo>

Real Academia Española y Asociación de Academias de la Lengua Española. (2009). Queísmo. En *Nueva gramática de la lengua española*. Consultado el 15 de octubre de 2020. <http://aplica.rae.es/grweb/cgi-bin/buscar.cgi>

Real Academia Española y Asociación de Academias de la Lengua Española. (2009). Dequeísmo. En *Nueva gramática de la lengua española*. Consultado el 15 de octubre de 2020. <http://aplica.rae.es/grweb/cgi-bin/buscar.cgi>

San Martín, A. (2016). Análisis sociolingüístico del queísmo en el español hablado en Santiago de Chile. *Estudios filológicos*, (58), 207-228. <https://dx.doi.org/10.4067/S0071-17132016000200010>

Sánchez Lancis, C. (2003), “Omisión y adición de la preposición de en construcciones sintácticas del español medieval y clásico” en *Actas del VI Congreso de Historia de la Lengua Española*. Madrid, Arco/Libros, pp. 1087-1100.

Santori, M. (2014). El (de)queísmo en la prensa oral y escrita en Puerto Rico. Universidad de Puerto Rico (Río Piedras Campus), Programa graduado de estudios hispánicos. <https://www.worldcat.org/title/dequeismo-en-la-prensa-oral-y-escrita-en-puerto-rico/oclc/936142425>

Santos, M. (2015). Queísmo y dequeísmo (Tesis de pregrado). Universidad de Santiago de Compostela. Facultade de Filoloxía. <http://hdl.handle.net/10347/13892>

Serradilla, A. (2017). El avance del dequeísmo en el siglo XIX: factores desencadenantes. Revista de filología española, ISSN 0210-9174, Tomo 97, Fasc. 1, 2017, págs. 145-173.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6138930>

Sedano, M. (2008), "En torno al "que galicado"", Español actual: Revista de español vivo, N.º 90, 55

Serna, M. A. y Hernández, N. (2016). Los marcadores discursivos en el habla de la ciudad de Pereira con base en el corpus del proyecto para el Estudio Sociolingüístico del Español de España y América- (PRESEEA). Universidad Tecnológica de Pereira.

<http://repositorio.utp.edu.co/dspace/handle/11059/6519>

Schwenter, Scott (1999), "Evidentiality in Spanish Morphosyntax. A Reanalysis of (de)queísmo". En M. Serrano (Ed.) Estudios de Variación Sintáctica, Madrid, Vervuert, 65-87.

Wittgenstein, L. (1953). Investigaciones filosóficas.

<https://www.uv.mx/rmipe/files/2015/05/Investigaciones-filosoficas.pdf>

Zanfardini, L. (2018). Variación lingüística: el abordaje teórico-metodológico de la Escuela Lingüística de Columbia frente al de la Sociolingüística laboviana. Revista Pilquen - Sección Ciencias Sociales, ISSN-e 1851-3123, Vol. 21, N.º. 3, 2018, págs. 22-31.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6775683>